



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

공기업정책학석사 학위논문

임대주택 고객만족도
결정 요인에 관한 연구

2013년 8월

서울대학교 행정대학원

공기업정책학과

천 홍 대

임대주택 고객만족도
결정 요인에 관한 연구

지도교수 정 용 덕

이 논문을 공기업정책학 학위논문으로 제출함
2013년 5월

서울대학교 행정대학원
공기업정책학과
천 홍 대

공기업정책석사 학위논문을 인준함
2013년 6월

위 원 장 구 민 교 (인)

부위원장 박 상 인 (인)

위 원 정 용 덕 (인)

임대주택 고객만족도 결정 요인에 관한 연구

본 연구는 최근 공공부분에 고객만족도의 중요성이 확대됨에 따라 정부에서 채택하고 있는 공공분야 고객만족도에 관한 내용을 다루었다. 특히 한국토지주택공사에서 시행하는 주거복지사업 중 취약계층에게 지원되는 임대주택에 대하여 연구가 이루어지고 있다. 임대주택을 거주함에 있어 어떤 요소가 고객만족도에 어떤 영향을 미치는지에 관한 연구가 이루어진다. 더불어서 고객만족도와 선행요인의 상관관계까지 그 연구가 확대되었다. 또한 공공서비스에서의 임대주택의 고객만족도 측정방법, 그 의미와 이해, 적용을 통하여 고객인 임대주택 입주자 중심의 연구가 이루어졌다. 한국토지주택공사에서 시행하는 주거복지정책인 취약계층 임대주택에 대하여 연구가 다루어졌으며, 기존주택 매입임대, 전세임대, 소년가정 전세지원 등 3개 정책으로 나누어서 그 정책들의 고객만족도, 선행요인 그리고 서로의 상관성에 대한 연구에 대하여 연구를 진행하였다.

임대주택에 거주하는 입주자들에게 설문조사 방법을 통한 회귀분석과 상관관계 분석을 통하여 가설의 채택 유무를 판단하였다. 또한 기존의 임대주택의 연구가 단순히 고객만족도의 분석에 한정이 되어있었다면, 이 연구는 고객만족도와 선행요인의 상관관계까지 연구를 하고 있다. 또한 일반 기업을 대상으로 하는 선행요인에 관한 평가를 한국토지주택공사라는 공기업의 영역까지 확대함으로 특정 기업에 관한 실증적 연구를 실시하였다. 차후 이 연구는 고객만족도와 선행요인이 정적인 영향을 미치며 그것에 영향을 미치는 요소를 통하여 정책의 수립이나 전개에 활용 가능할 것으로 보인다. 그것을 통하여 단순히 국민에게 신뢰받는 기업을 넘어서 국민과의 호의적인 관계를 형성할 수 있는 연구이다. 그 시사점들을 요약하여 서술하면 아래와 같다.

첫째, 고객만족도에 영향을 미치는 요소들은 각 정책이나 사업마다 차이가 있으며, 기존주택 매입임대사업은 업무처리절차 중 고객의 요구사항 이해도가 가장 정적인 영향을 많이 미치며, 전세임대사업은 업무처리절차 중 임대공급서비스와 사회적 책임과 역활의 업무처리절차가 영향을 많이 미친다. 소년가정 전세지원 사업은 무상의 보증금과 임대료로 취약계층에게 주택의 위치와 노후화와는 별도로 저렴한 보증금과 임대료가 주거취약계층의 고객만족도에 있어 안정적인 주거생활을 할 수 있는 바탕이 되는 것을 알 수 있다. 또한 전세임대주택의 고객만족도가 높다는 것으로

전세가 상승에 따른 전셋집을 구하기는 어려워도, 본인이 구하는 주택에서 만족감을 더 느끼는 것을 알 수 있다. 심리적 상태로서 그로 인해 나타나는 신뢰, 재구매, 타인추천 등 소비자의 행태변화도 포함하는 개념으로 서비스품질요인이 그 원인변수로 받아들여지고 있으며 고객만족과 서비스품질요인간의 관계를 계량적으로 분석하여 활용할 경우 기업의 전략적 활용이 가능하다.

둘째, 공공기관 고객만족도와 선행요인에 관한 연구는 이루어지지 못한 바, 매입임대주택의 경우 고객만족도의 만족도가 다소 낮다는 것을 알 수 있으며, 전세임대는 다가구 매입임대보다는 높고, 소년가정 지원임대 사업이 제일 높다는 것을 알 수 있다. 이 수치는 단순한 주택에 관한 고객만족도를 넘어선 사회적 책임에 관련된 사업이 선행요인과 정관계가 있다는 것을 알 수 있다.

셋째, 기업의 사회공헌활동은 기업의 사회적 책임(CSI)과 같은 개념으로 사용하여 사회적 책임을 위한 척도를 이용하여 조사하였다. 연구 결과 사회공헌활동이 선행요인에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사회공헌활동이 기업의 제품이나 서비스 이용 후의 고객만족도 부분에서도 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 선행요인과 고객만족도 간에는 서로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

주요어 : 고객만족, 선행요인, 주거복지, 임대주택

학 번 : 2012-22803

목 차

제 1장 서 론.....	1
제 1 절 연구목적 및 필요성.....	1
제 2 절 연구의 방법 및 범위.....	2
제 3 절 연구의 구성.....	3
제 2장 이론적 논의 및 선행연구 검토.....	4
제 1 절 취약계층 임대주택.....	4
1. 취약계층 및 임대주택의 개념과 역사.....	4
2. 한국토지주택공사 취약계층 임대주택의 유형 및 역사.....	7
제 2 절 고객만족도.....	16
1. 고객만족도의 개념 및 등장배경.....	16
2. 고객만족도와 선행요인의 관계.....	18
제 3 절 선행연구 검토 및 차별성.....	19
제 3장 연구문제 및 가설.....	24
제 1 절 연구문제.....	24
제 2 절 가설 및 설정근거.....	25
제 3 절 연구방법.....	26
1. 연구방법 개관.....	26
2. 연구분석틀 및 모형.....	29
3. 주요 변인의 정의 및 측정.....	29
1. 독립변수 : 고객만족도에 영향을 미치는 선행요인.....	29
2. 종속변수 : 고객만족도.....	31
3. 매개변수 및 통제변수.....	32
4. 표본 선정 및 자료 수집 분석방법.....	32
1. 표본선정.....	32
2. 자료수집 및 분석 방법.....	32

제 4장 경험적 분석 결과.....	34
제 1 절 조사대상자 특성.....	34
1. 표본의 일반적 특성.....	34
제 2 절 기술통계.....	35
1. 타당도 및 신뢰도 분석.....	35
(1) 타당도 분석.....	35
(2) 신뢰도 분석.....	37
2. 상관분석.....	39
3. 전반적 만족도.....	40
제 3 절 고객만족도 일원분산분석 및 T-test.....	45
제 4 절 고객만족도 회귀분석.....	49
1. 다가구매입임대주택 고객만족도 분석.....	49
2. 전세임대주택 고객만족도 분석.....	51
3. 소년가정 전세지원 사업 고객만족도 분석.....	53
제 5 절 소결.....	55
제 5장 결론 및 논의.....	58
제 1 절 연구 결과의 요약 및 논의.....	58
제 2 절 이론적 및 정책적 함의.....	60
제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구를 위한 제언.....	65
참고문헌.....	68
Abstract.....	71

〈표 차례〉

<표1> 홈리스의 네 가지 범주 비교(Council of Europe, 2008)·····	5
<표2> 우리나라의 임대주택의 구분(국토해양부, 2011)·····	6
<표3> 임대주택 정의에 대한 주요연혁(국토해양부, 2006)·····	7
<표4> 취약계층 임대주택 공급계획(LH내부자료)·····	8
<표5> 기존주택 매입임대 공급 호수(LH내부자료)·····	11
<표6> 기존주택 전세임대 공급 호수(LH내부자료)·····	13
<표7> 기존주택 매입·전세임대 입주자선정기준(가점, LH내부자료)·····	13
<표8> 소년가정 등 전세지원 지원대상자(LH내부자료)·····	15
<표9> 소년가정 등 전세임대 지원호수(LH내부자료)·····	15
<표10> 고객만족도 선행요인 측정 문항·····	30
<표11> 고객만족도 전반적 만족도 측정문항·····	31
<표12> 선행요인 측정 문항·····	33
<표13> 설문구성·····	33
<표14> 표본의 일반적 특성·····	35
<표15> KMO와 Bartlett의 검정·····	36
<표16> 설명된 총분산·····	36
<표17> 회전된 성분행렬·····	37
<표18> 고객만족도에 대한 신뢰도 분석·····	38
<표19> 고객만족도 선행요인과 전반적 고객만족도에 관한 상관 분석·····	39
<표20> 전반적 고객만족도 분석·····	41
<표21> 요인별 고객만족도 분석·····	41
<표22> 서비스내용 품질 만족도 분석·····	42
<표23> 서비스과정 과정 만족도 분석·····	43
<표24> 서비스 환경 만족도 분석·····	43
<표25> 사회적 품질 만족도 분석·····	44
<표26> 주택 유형에 따른 만족도 일원분산분석·····	45
<표27> 성별에 따른 만족도 T-test·····	46
<표28> 연령에 따른 만족도 일원분산분석·····	47
<표29> 이전 거주주택에 따른 고객만족도 평균비교·····	48
<표30> 거주 기간에 따른 만족도 일원분산분석·····	49
<표31> 다가구임대 주택에 대한 다중회귀분석 결과·····	51
<표32> 전세임대 주택에 대한 다중회귀분석 결과·····	53
<표33> 소년가정 전세임대 주택에 대한 다중회귀분석 결과·····	55

<표34> 주택유형 간 만족도 평균값 비교 결과 요약.....	59
<표35> 주택유형별 고객만족도 다중회귀분석 결과.....	60
<표36> IPA기법을 활용한 우선개선항목 도출.....	61

<그림 차례>

<그림1> 기존주택 매입임대 지원 절차(LH내부자료).....	9
<그림2> 주거지원 사업 절차도(LH내부자료).....	11
<그림3> 기존주택 전세임대 지원 절차(LH내부자료).....	12
<그림4> 주거지원 사업 절차도(LH내부자료).....	14
<그림5> 주거지원 사업 절차도(LH내부자료).....	16
<그림6> 고객만족도의 선행 및 결과변인 구조 김영찬·차재성(2005).....	18
<그림7> PCS(Public-service Customer Satisfaction index)모형.....	27
<그림8> PCS에서의 고객만족 및 서비스 품질 간 인과 관계.....	28
<그림9> 연구분석틀.....	29

제1장 서론

제1절 연구의 목적 및 필요성

최근 고객만족 경영은 민간기업 뿐 아니라 공공기관에서도 고객을 주인으로 인식하는 풍토 속에 중요한 지표로 공공분야에서 자리 잡고 있다. 이것은 서비스 산업의 증가, 무한 글로벌 경쟁 속에서 주인은 고객이고 고객주권주의에 바탕을 한 고객이 권리를 찾아야 한다는 인식에서 출발하고 있다. 공공기관에서 제공하는 공공서비스는 재화의 특성상 서비스가 독점적이고, 그 경쟁자와 대체재를 찾기 쉽지 않은 성격을 지니고 있다. 특히 취약계층에게 지원되는 임대주택의 경우 민간부문과 비교하여 여전히 품질 면에서 다른 민간부문에서 생산된 재화나 서비스에 비해 주택의 품질이 상대적으로 낮게 인식되는 것이 사실이다. 그러나 가격 면에서는 민간부문이 따라올 수 없는 구조로 임대료를 중시하는 취약계층의 경우 임대주택에 거주할 수밖에 없는 구조로 이루어져있다.

독점적으로 공기업에서 공급하는 임대주택의 경우 고객만족도 조사가 도입되어 고객만족도를 생각하는 풍토가 확산되고 있으며, 주거복지 서비스의 품질도 크게 향상되고 있는 것이 실정이다. 비록 공공기관의 독점적 성격으로 경쟁 회사가 존재하지 않거나 고객만족도의 측정이 본질적으로 불가능한 분야가 있지만, 대부분의 공공기관을 대상으로 만족도조사가 확대 실시되고 있다. 정부에서도 고객만족도조사를 외부기관이나 내부기관을 통하여 매년 실시하여 공공기관의 경쟁을 통하여 서비스를 제고할 목적으로 정부에서 주기적으로 시행하고 있다. 또한 고객만족도의 지표는 계량화 되어 정부주관으로 매년 평가를 실시하는 공공기관 실적평가에 수처화 되어 반영하고 있다. 최근 제정된 고객현장제도를 각 기관마다 의무화하여 정부차원의 다양한 제도를 마련하고 품질 제고를 통해 고객만족도의 제고를 도모하고 있다. 따라서 각 공공 기관에서는 그 특성에 맞는 고객만족도 시스템을 자체적으로 구축하고 고객만족경영 전략체계를 독자적인 서비스와 지속적인 공기업의 비전에 맞추어 추진하고 있다. 공공분야에서 이제 고객만족도 향상을 위하여 고객에게 제공되는 서비스 품질관리를 위하여 시스템을 구축하는 것은 일상적인 것으로 각 공기업은 그 시스템을 공기업의 특성에 맞게 구체화하는 노력을 하는 등 고객만족을 향상시키기 위한 노력을 지속적으로 전개해 나가고 있다. 이에 대한 실증적이고 가시적인 성과로 공공서비스에 대한 고객만족도가 향상되고 있다.

이처럼 고객만족도 조사는 공공부문 전 분야를 대상으로 다양한 방식과 형태로 이루어지고 있으며 일회성 평가에서 벗어나서 정기적으로 실시되고 있다. 고객만족도는 단순한 고객 서비스를 따지는 것이 아닌 고객만족도의 종합적인 평가를 시행하

고 있어 그 중요성은 물론 국민들의 관심도 커지고 있는 실정이다. 커지는 고객만족도의 조사를 통하여 그것이 고객만족이 향상되거나 낮아질수록 선행요인에 어떤 영향을 미치며 분야별로 어떤 상관성이 있는지에 대한 연구도 점점 많아지고 있는 추세이다. 하지만 점점 커지는 고객만족도나 선행요인의 중요성이나 가치에도 불구하고 그 개념이나 이론들은 아직 논의가 충분히 되고 있지 못하다. 또한 그 개념을 아직도 정립하기는 쉽지 않으며, 측정하는 방법에서도 충분한 논의나 합의 없이 공공서비스의 몇 가지 공통점을 바탕으로 단순히 주관적 만족도를 계량화하여 공공기관 서열화하는 정도라는 평판도 있다.

이러한 상황에서 연구가 많이 이루어지지 않은 공공기관 고객만족도 조사에 대하여 그 영향을 미치는 요인을 살펴봄으로 객관적인 자료 확립과 각 특성별로 주관적 만족도를 수치화할 수 있는 연구를 하고자 본 연구를 진행하게 되었다. 따라서 고객만족도를 위한 어떤 요인들이 어느 정도 수준까지 만족도가 향상되어야 바람직한 것인지 그리고 공공기관에게 어떤 요인에 얼마만큼의 노력을 더 해야 하는지에 대한 실증적 연구를 통하여 정확한 정보를 획득하고자 한다. 또한 고객만족이나 서비스품질요인에 대한 정확한 개념의 정립과 그 지표의 활용을 통하여 정확한 정의를 내리고, 그 개념을 통한 계량화된 개념을 도출하고자 한다.

제2절 연구의 방법 및 범위

본 연구에서는 취약계층에게 지원된 임대주택 중에서 고객만족도의 성과를 측정할 수 있는 임대주택이 주된 대상이 되었다. 그것을 위하여 취약계층이라고 단정할 수 있는 기초생활수급자, 장애인, 소년가정가장, 독거노인 등에게 지원되는 다가구매입 임대 사업, 전세임대 사업, 소년가정 전세지원 사업을 대상으로 연구를 진행하였다.

본 연구의 내용적 범위로 주거취약계층에게 지원하고 있는 한국토지주택공사의 취약계층임대주택인 매입임대주택, 전세임대주택, 소년가정전세지원 등을 연구범위로 설정하였다. 시간적 범위는 임대주택의 범위가 넓고, 취약계층의 개념 또한 포괄적이어서 다가구매입임대주택사업은 2004년부터 2012년까지, 전세임대주택과 소년가정 지원 사업은 2005년부터 2012년까지 사용하였다. 그 이외의 임대주택에 관한 자료는 그 정책이 시행된 시점에서부터 2012년까지의 자료를 활용하였다.

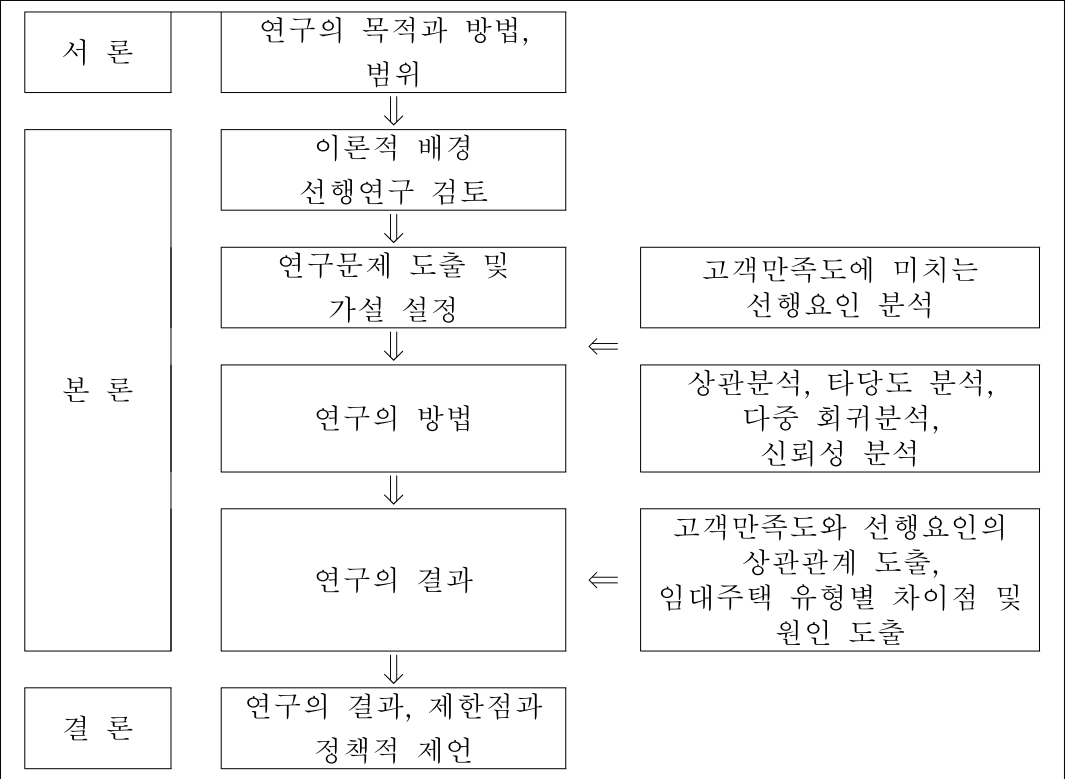
본 연구를 위한 연구방법은 주택 정책과 관련된 통계학적 수치들은 기존자료를 이용한 문헌조사와 외부 용역 자료를 중심으로 진행하였다. 기존의 자료들은 국토해양부, 보건복지가족부, 지방자치단체 등의 각종현황, 통계자료를 참조하였고, 한국토지주택공사, 국토연구원 등의 연구보고서 및 정책분석 자료를 참조하였다. 구체적인 고객만족도의 성과를 나타내는 실증적인 자료는 2010년 한국토지주택공사에서 사용한 입주고객 만족도 결과 중 필요한 항목을 선별하여 참고하였다.

제3절 연구의 구성

본 연구는 한국토지주택공사의 취약계층을 위한 임대주택 공급에서 고객만족도에 미치는 영향에 대한 요인들을 도출하고자 하였다. 특히 현재 시대에서 고객만족도는 기업의 존재 이유와 떼어 수 없는 불가분의 관계로 인식하고 있는 바, 고객만족도에 영향을 미치는 것에 대한 연구를 진행하고자 한다. 이 과정에서 고객만족도에 영향을 미치는 요인을 연구하는 것뿐만 아니라, 취약계층에게 지원되는 다가구매입 임대 사업, 전세임대 사업, 소년가정 지원 사업 등의 고객만족도와 관련한 취약 요인에 대해서도 연구도 병행하게 된다.

따라서 서론에서는 연구의 목적과 방법, 범위에 대하여 서술하고, 본론인 2장에서는 이론적 배경과 선행연구 검토를 통하여 본 연구의 기본 틀을 확립하고자 한다. 그리고 3장에는 연구문제 도출 및 가설 설정, 연구의 방법을 4장부터는 연구문제의 결과 분석을 하고자 한다. 마지막 결론인 5장에서는 이 연구의 종합적인 결론과 더불어 제한점, 그리고 제언을 통하여 실증적인 자료로 활용할 수 있도록 연구를 구성하였다.

<연구의 구성>



제2장 이론적 배경 및 선행연구 검토

제1절 취약계층 임대주택

1. 취약계층과 임대주택의 개념과 역사¹⁾

1) 취약계층의 개념 및 역사

우리나라에 주거취약계층의 개념을 명확하게 도출하기는 힘든 실정이다. 최근에 사회계층의 양극화, 복지국가론 확산 등으로 주택 정책이 주거복지 정책으로 많은 부분이 전환되면서 ‘주거취약계층’이라는 용어가 사용되기 이르렀다. 실제로 주거취약계층이 누구인가에 대해서는 상당한 연구가 필요한 시점이며, 그 체계나 개념을 유형을 체계화하지 못하고 있는 실정이다. 그러나 주거정책과 복지정책의 핵심 부서인 국토해양부와 보건복지부는 이 개념을 도입하여 규정을 만들고 있다. 보건복지부의 경우, 국민기초생활제도에 근거한 취약계층 특별보호대책에 따라 ‘주거가 일정하지 않은 저소득계층’이라는 개념을 사용하고 있다. 사실 이 범주에 포함되어야 할 대상은 기초생활수급자, 소년가정, 독거노인을 비롯한 비닐하우스, 쪽방 거주자, 노숙인 등 우리나라에서 특정한 이유로 주민등록상의 문제가 있는 가구들이다.

국토해양부(구 건설교통부)는 주거취약계층보다는 ‘최저주거기준 미달 주택에 거주하는 가구’라는 용어를 사용해오다가 ‘쪽방·비닐하우스 거주가구 주거지원 업무처리지침’을 ‘주거취약계층 주거지원 업무처리지침’으로 개정하면서 고시원 및 여인숙 거주자, 범죄피해자를 대상으로 하는 주거취약 계층이 공식적으로 사용되게 되었다.

해외의 사례를 보면 주택의 양적 문제가 점차 해결되면서, 주거취약계층의 주거소요에 대한 정책적 관심이 커졌다는 점이다. 더욱이 유럽의 경우 최근에는 FEANTSA(European Federation of National Organizations working with the Homeless)의 활동에 힘입어 주거취약계층의 개념과 유형에 일정정도의 합의가 형성되고 있다.

1) 경기개발연구원(2012), 「경기도 주거취약계층 실태 및 지원방안」, p. 3에서 요약·발췌

<표1> 홈리스의 네 가지 범주 비교

구 분	물리적	사회적	법적
노숙	거처가 없음	사회적 관계형성을 위한 사적 공간이 없음	전유공간의 법적 소유권이 없음
시설생활	지낼 곳이 있음	사회적 관계형성을 위한 사적 공간이 없음	전유공간의 법적 소유권이 없음
불안정 주거	지낼 곳이 있음	사회적 관계형성을 위한 사적 공간이 있음	점유안정성이 없음
부적합 주거	거주하기에 부적합한 주택	사회적 관계형성을 위한 사적 공간이 있음	법적 소유권이거나 점유 안정성이 있음

출처 : Council of Europe(2008: p. 77).

유럽회의(Council of Europe)²⁾는 주거취약계층을 개념화하는데 있어서 FEANTSA의 홈리스 유형을 활용하고 있다. 즉, 홈리스 상태가 지속 유지되거나 홈리스로 전락할 가능성이 높은 가구를 포괄적으로 주거취약계층으로 정의하고 있다. 주거취약계층으로서 명확한 집단은 협의의 홈리스에 해당하는 사람들이지만, 불안정·부적합 주택에서 거주하는 사람들 역시 홈리스가 될 가능성(리스크)이 있으므로 이들을 주거취약계층의 범주에 포함시켜 모니터링 할 필요가 있음을 제안하고 있는 것이다(Council of Europe, 2008: p. 15). 나아가 유럽회의(2008)는 주거취약계층의 발생은 실업문제 등 경제 시스템의 문제, 사회안전망 등 복지체제의 성격, 주택정책의 특성, 차별 등 사회적 요인 등 다양한 층위에서 복합적으로 작용한 결과이므로, 각 요인에 대한 충분한 이해가 있어야 주거취약계층 발생을 억제할 수 있다고 주장한다. 또한 주거취약계층을 지원하는 정책 수단으로서 저렴한 주택 공급, 주택금융에 대한 접근성 제고, 주택수당 운영 등 다양한 수단의 혼합을 강조하고 있다.

본 연구에서의 주거취약계층의 의미는 위에서 국내·외에서 논의가 되고 있는 것을 토대로 다음과 같이 정의하였다. 특정하게 고시원, 여인숙 혹은 특정 시설에 거주하는 협의의 주거취약계층으로 분류하지 않고, 최저주거기준 미달 주택에 거주하는 가구를 중심으로 주거취약계층으로 분류할 수 있는 계층을 주거취약계층을 넓게 보아서 본 연구를 진행하고자 한다.

2) 유럽회의는 1949년 5월 5일 네덜란드, 스웨덴, 영국 등 서유럽 10개국의 참가로 출발하였다. 그 후 동유럽 국가와 그리스, 터키, 독일 오스트리아 등이 회원으로 가입하였다. 설립목적은 경제 및 사회발전 촉진과 상호협력력을 통합 유럽의 점진적 통합이다. 또한 인권문제에도 깊이 관여한다. EU와는 달리 회원국 가입에 제한을 두거나 각국의 주권 포기를 요구하지 않는 점이 특징이다. 그리고 EU의 후원 하에 정치, 경제, 사회, 법률 분야에서 많은 협약들을 채택하였는데, 그 중 대표적인 것으로 1950년의 ‘인권 및 기본적 자유에 대한 유럽협정’ 1989년의 ‘고문과 비인간적 처벌 등의 금지에 관한 협정’ 등이 있다. 2005년 기준 가입국은 46개국이며, 본부는 프랑스 스트라스부르에 있다(www.coe.int/).

2) 한국토지주택공사 취약계층 임대주택의 유형 및 역사

우리나라 취약계층에게 공급되는 대부분의 정책은 임대주택 정책이라고 해도 과언이 아니다. 즉, 임대주택은 취약계층이나 주택을 구매할 능력이 없는 계층에게 주택을 대여해줌으로써 취약계층의 주거지에 안정을 기여하고 있는 주택으로 해석할 수 있다. 임대주택의 역사를 살펴보면, 임대주택은 1984년 임대주택건설촉진법에 의거하여 임대를 목적으로 하는 건설·공급되는 주택이라고 최초로 법률 명시된다. 1993년에 개정된 임대주택법에는 임대주택을 건설과 매입으로 구분하여 법률상에 명시한다. 1994년에 개정된 시행령에는 건설임대주택을 공공건설로 분류하여 그 구분을 재정으로 지원된 공공 건설된 임대주택과 기금으로 지원된 임대주택으로 나뉜다. 또한 민간건설도 이때 시행령에 공공건설과는 다른 개념으로 구분하게 된다. 2004년에는 공공건설임대주택 종류에 공공택지를 공급받은 경우를 추가하여 임대주택법 시행령이 개정되었다. 즉, 종합하면 임대주택 정의는 건설임대와 매입임대주택을 총괄하며 건설임대주택에는 공공건설임대주택과 민간건설임대주택, 매입임대주택에도 공공매입임대와 민간에 의한 매입임대주택이 존재한다.

<표2> 우리나라의 임대주택의 구분



출처 : 국토해양부(2011)

<표3> 임대주택 정의에 대한 주요연혁

임대주택건설 촉진법 (1984.12.31, 제정)	⇔	임대주택법 (1993.12.27., 개정)	⇔	임대주택법 시행령 (1994.9.13, 개정)	⇔	임대주택법시행령 (2004.3.17, 개정)
임대주택이란 임대를 목적으로 건설·공급되는 주택		임대주택을 건설과 매입으로 구분		건설임대주택을 공공건설(재정 · 기금)과 민간 건설로 구분		공공건설임대주택 종류에 공공택지 를 공급받은 경우 를 추가

출처 : 국토해양부(2006)

2. 한국토지주택공사 주거취약계층 임대주택의 유형 및 현황

1) 취약계층 임대주택 사업 등장 배경

참여정부는 다가구 매입임대사업, 기존주택 전세임대사업, 소년가정 지원사업(무이자 전세지원) 등 다양한 주거복지 정책을 추진하고 있다. 이러한 사업은 도심 내 사회취약계층에게 필요한 곳에 부담 가능한 가격으로 공급하는 수요자 위주의 취약계층 주거복지사업이다.

다가구 매입임대사업은 도심 내 다가구 주택 등을 매입하여 기초생활수급자, 차상위계층 등에게 시세의 30% 수준으로 저렴하게 재임대해 주는 사업이다. 2004년 시범사업으로 503호, 2005년에는 4,539호를 공급하였다. 입주자에 대한 만족도 조사결과, 주거여건이 전반적으로 크게 향상된 것으로 평가되었다. 특히, 매입한 주택의 일부를 장애인 등 취약계층을 위한 그룹홈(사회복지사와 함께 거주하며 자활지원)으로 운영하여 취약계층에 대한 실질적인 주거지원으로 평가받고 있다.

기존주택을 전세로 얻어 수급자 및 차상위계층 등에게 시세의 30% 수준으로 재임대하는 전세임대사업도 시행하고 있다. 수요자를 먼저 선정한 후 본인이 원하는 지역과 주택유형을 우선적으로 고려하여 주택을 공급한다는 점에서 대표적인 ‘취약계층 주거복지’사업으로 평가받고 있다.

한편, 무이자 전세지원 사업인 소년가정 전세지원 사업은 무주택 소년가정·대리양육가정·친인척위탁가정 및 교통사고 유자녀가정에 무이자로 전세주택을 지원하는 제도이다. 수도권과 광역시는 최대 7천만 원, 기타지역은 5천만 원씩 20세가 될 때까지 무이자로 지원하며, 2005년 1,504 가정을 지원하였다. 수혜자들은 임대료 부담감소 등 경제적 이점뿐 아니라 수혜아동들의 정서적·심리적 안정에도 기여한 것으로 나타났다.

정부는 2006년 4·5 주거복지토론회를 통해 도심 취약계층의 주거안정 효과가 큰 것으로 나타난 취약계층 임대주택사업을 더욱 확대키로 하였다. 이는 그 동안의 정책성과에도 불구하고 여전히 취약계층의 주거문제가 심각하기 때문이다. 2005년 주택수요조사 결과, 아직도 전국적으로 최저주거기준 미달가구가 255만가구나 존재하며, 이중 31%는 수도권에 집중되어 있어 다가구 매입임대 등 취약계층 주거지원이 더욱 확대될 필요가 있기 때문이다.

<표4> 취약계층 임대주택 공급계획('06~12년)

구 분	당 초	확 대	추가물량
합 계	70,000호	92,000호	22,000호
매입임대	31,500호	45,000호	13,500호
전세임대	31,500호	40,000호	8,500호
소년소녀가정	7,000호	7,000호	-

출처 : LH내부자료

이와 같은 주거복지사업의 확대가 도심 내 저소득계층이 빈곤의 대물림 현상을 겪지 않도록 하는 주거분야의 ‘촘촘한 사회안전망’ 구실을 충실히 할 것으로 기대하고 있다.

2) 시행 계획 및 성과

(1) 다가구 매입임대주택

(1-1) 정책개요

임대주택법의 제정(1993.12.27, 법률 제 4629호)³⁾으로 도입된 매입임대주택을 원래는 미분양된 주택을 전용하려는 의도에서 도입되었으나, 민간의 제도권 임대주택을 육성하는 방향으로 활용되고 있다. 매입임대사업을 촉진하기 위해 매입자금으로 국민주택기금이 지원되는 점에서 공공임대주택의 한 가지 유형에 속하기는 하나 임대사업자로 등록과 임대 의무 기간(3년)외에는 규제가 없다.

매입임대주택의 공급을 확대하기 위하여 처음에는 5호이상의 주택을 매입하도록 하였으나, 1999년 이후 임대업자의 등록기준을 2호 이상으로 완화하고 국민주택기금 운용 계획에 매입임대 주택부분이 포함되면서 이전보다 매입임대 주택사업이 활

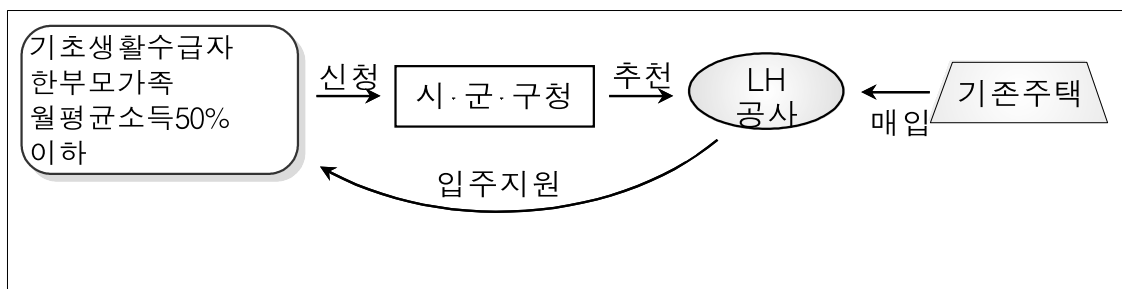
3) 공공부문의 임대주택 건설을 촉진시키기 위해 1984년 12월 31일 제정된 임대주택 건설 촉진법이 폐지된 대신 임대주택법이 전문 개정되었다.

성화되고 있다. 임대사업을 활성화하기 위해 임대사업자 등록기준을 5호에서 2호로 완화하고(임대주택법 제6조제1항 개정, 1999.11.12)등록 권한을 기존 건설교통부장관에서 시장·군수 또는 구청장으로 이양(임대주택법 제9조 제1항 개정, 2000. 01. 12)하였다.

다가구 매입임대주택⁴⁾은 2004년 「정부의 도심빈곤층의 주거안정방안」에 따라 마련하고 새로운 정책수단을 검토하였으며, 건설교통부는 2004년 6월 8일 「서민주거복지 확대방안」을 마련하여 국무회의에 보고하였다⁵⁾. 그 후 임대주택 확대개편방안을 마련(2005.4.27 국정과제회의)하여 국민임대 주택으로서 다가구매입 임대주택 공급을 추진하게 되었다. 다가구 매입임대 정책은 서울을 비롯한 대도시는 도심 내 활용 가능한 택지부족으로 국민임대주택의 건설·공급이 대부분 도시외곽에 입지할 수밖에 없어 실제 취약계층이 입주하기가 어려운 실정에 있다. 이러한 이유로 도심 내 저소득계층이 도심 내에서 현재의 수입으로 저렴하게 거주할 수 있도록 기존주택을 매입하여 저렴하게 임대하고자 하는 것이 다가구매입임대주택 정책의 중심 정책 목표라고 할 수 있다⁶⁾.

즉 도심 내 생활근거지에 취약계층의 주거안정을 위한 저렴한 공공임대주택 공급을 목적으로 정부의 주택정책이 복지위주로 전환하고자 하여 도입된 정책 수단 중 하나이다. 다가구 매입임대 주택은 국민임대의 비싼 임대료에 대한 보완으로, 영구임대의 지급되지 않는 점을 감안하여 취약계층의 주거비 보완코자 시행되었다.

<그림1> 기존주택 매입임대 지원 절차



출처 : LH내부자료

(1-2) 정책개요 및 내용

첫째, 사업시행자 및 대상 주택으로서 다가구매입임대주택은 한국토지주택공사와 지방공사가 기존에 공급되어 있는 다가구주택, 다중주택, 다세대주택 (건축물대장으로 확인)을 매입공고 또는 공인중개사를 통하여 신청 접수된 주택에 대하여 실태조

4) 보금자리주택건설 등에 관한 특별법 제43조 및 동법 시행령 제29조, 제30조

5) 배순석외(2008), 「서민안정과 주거기준 달성방안 연구」

6) 배순석외(2008), op. cit.

사를 한 후 시세를 감안하여 감정 평가한 금액으로 매입하여 도심 내에서 최저 계층에게 공급하고 있다⁷⁾.

둘째, 임대조건으로서 다가구 매입임대주택은 시중 임대료 감정가의 50%이내에서 시행자가 결정하여 공급한다. 대한주택공사의 경우 영구임대주택의 주거비부담 수준으로 공급하고자 시중 전세가의 30% 정도로 임대료를 적용하여 공급하고, 수도권 의 경우 50㎡를 기준으로 할 때 임대보증금 350만원, 월임대료 8~10만원 수준으로 공급하고 있다. 임대기간은 최초 2년을 계약하고, 재계약시에는 2년을 기준으로 2회 연장이 가능하여 최장 10년 동안 거주가 가능하다.

셋째, 임대주택의 공급방식은 일반가구용 임대, 공동생활가정 임대, 단신계층용 임대로 구분할 수 있다. 일반가구용 임대주택은 시장 등이 사업대상지역에 거주하는 무주택세대주인 기초생활수급자·차상위 계층·모부자 가정(1순위), 장애인(2순위) 순으로 선정(영구임대주택 거주자 제외)하여 공급한다. 공동생활가정 임대주택은 장애인, 보호아동, 노인(중증 노인성질환자 제외), 미혼모, 성폭력피해자, 가정폭력 피해자, 탈성매매 여성, 가출청소년, 갱생보호자, 아동복지시설퇴소자 등에게 공급된다. 끝으로 단신계층용 임대주택은 노숙인, 쪽방거주 단신자, 보건복지부가 시행하는 당해 연도 「국민기초생활 보조사업 안내」에 의한 주거가 일정하지 않은 취약계층에게 공급된다.

넷째, 대상지역으로서 수도권은 인구 50만명 이상 도시 위주로 배정하되, 과밀억제 권역 내에는 50만명 이하 도시에도 일부 배정되었다. 지방은 광역시 및 광역시가 없는 도는 도청소재지 등 수요가 많은 도시에 배정되었다.

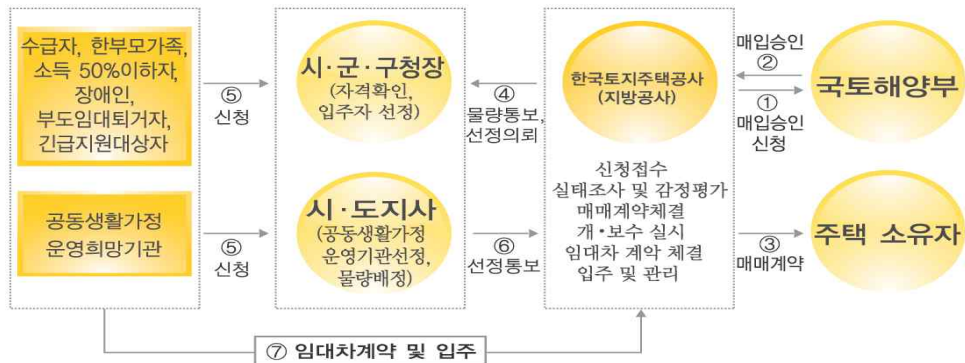
다섯째, 재원부담 비율으로써 다가구매입임대주택은 호당 예정사업비로 7000만원을 책정하고, 재정에서 45%, 국민주택기금 40%, 시행자 10%, 입주자 5%의 비중으로 소요재원을 분담하고 있다.

여섯째, 관련기관별 역할분담으로서 다가구매입임대주택 공급은 기존주택을 매입하여 취약계층에게 공급하기 때문에 건설·공급하는 것과는 상당히 다른 업무가 요구되고 있다. 특히 다가구매입임대주택은 집단적으로 대량 공급이 불가능하기 때문에, 그에 따른 행정·관리 업무가 복잡하며 비효율성도 내재되어 있다. 취약계층이 필요로 하는 지역 또는 입지에서 공급되고 있기 때문에 그들에게는 상당한 공급효과가 기대되지만, 유지관리의 어려움이나 관련 비용 증가가 예상되고 있다. 주체별 역할은 중앙정부와 지자체, 사업시행자간에 분담되어 있으나 사업시행자의 업무 부담이 가중되고 있다⁸⁾.

7) 배순석(2008), op. cit.

8) 배순석(2008), op. cit.

<그림2> 주거지원 사업 절차도



출처 : LH 내부자료

<표5> 기존주택 매입임대 공급 호수

구분	계	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11~'12
계획	53,000	500	4,500	6,000	6,500	7,000	7,500	7,000	年7,000
실적	39,599	503	4,539	6,339	6,526	7,130	7,579	6,983	-

출처 : LH 내부자료

(2) 기존주택 전세임대주택

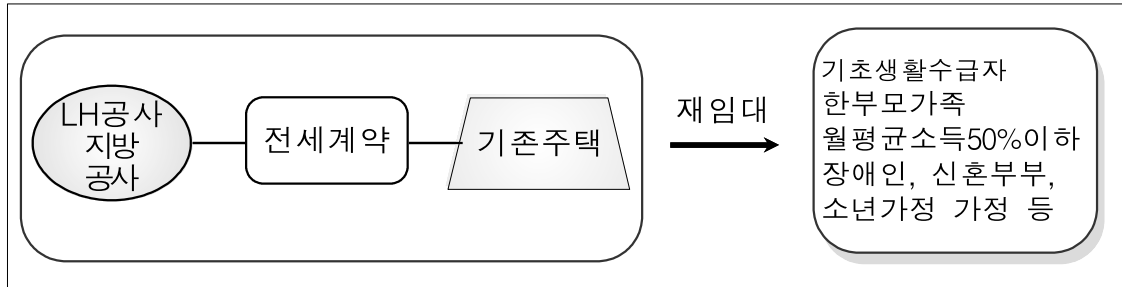
(2-1) 정책개요

전세임대주택⁹⁾은 건설국민임대 보완책의 일환으로서 다가구임대방식이 도심 내 임대주택 공급확대 차원에서 바람직하나, 일부 주택관리의 어려움 등 부작용이 우려되어 이에 대한 대안으로 기존 주택에 대한 전세임대주택제도를 도입하였다.²¹⁾

전세임대주택은 주공 또는 지자체 등 사업시행자가 기존 주택에 대해 전세계약을 체결(주택기금 대출) 한 후 저소득·취약계층에게 저렴하게 재임대를 추진하는 주거복지 프로그램으로서 2005년 654가구의 전세주택이 지원되었으며, 12년까지 총 4만여 가구를 전세 임대할 계획에 있다. 매입임대 보다 국가 예산상의 부담은 훨씬 적으며, 공급자가 결정하는 주택이 아닌 입주자가 결정하는 선입주자 선정-후 주택 물색 구조로 이루어져 있다.

9) 보금자리주택건설 등에 관한 특별법 제43조 및 동법 시행령 제29조, 제30조

<그림3> 기존주택 전세임대 지원 절차



출처 : LH내부자료

(2-2) 정책내용

전세임대주택의 사업시행자는 LH와 지방공사가 담당하며, 대상주택은 국민주택규모 이하(전용 85㎡이하) 주택이다. 전세임대 유형은 영세민 전세임대, 공동생활가정 전세임대, 부도임대아파트 퇴거자 전세임대, 보증 거절자 전세임대로 구분할 수 있다. 입주자 선정은 지방자치단체가 담당하고 있으며, 재원조달은 기금융자 95%, 입주자 5%로 충당하고 있다.

입주대상자는 영세민 전세임대의 경우 당해 시·군·구에 거주하는 기초생활수급자·차상위 계층·모부자 가정(1순위), 장애인(2순위) 순으로 선정하고 있어 다가구 매입임대 주택과는 지원하는 대상에서 큰 차이가 없다.

공동생활가정 전세임대는 장애인, 보호아동, 노인(중증 노인성 질환자 제외), 미혼모, 성폭력피해자, 가정폭력피해자, 탈성매매 여성, 가출청소년, 갱생보호자, 아동복지 시설 퇴소자, 관계 중앙행정기관의장이 필요하다고 인정하여 입주자로 선정을 요청하는 자를 대상으로 공급하고 있다. 전세임대의 종류에는 기존주택 전세임대, 소년가정가정 등 전세주택지원, 신혼부부전세임대, 부도매입임대 등이 있다.

부도임대아파트 퇴거자 전세임대는 부도공공임대아파트 거주자로 제3자 경락으로 부도임대 공공아파트에서 퇴거한 자 또는 퇴거예정인 자 중 무주택세대주에 대하여 지원하고 있다. 보증 거절자 전세임대는 영세민 전세자금융자를 위한 주택신용보증기금의 보증서 발급이 거절된 자로서 소득이 전년도 가구당 월평균소득의 50%이하인자(단독세대주 제외)에게 공급하고 있다. 전세임대주택 전세금 한도액은 국민주택 규모이하 주택을 대상으로 수도권은 7,000만원, 광역시는 5,000만원, 기타 도시는 4,000만원이다. 공동생활가정(그룹 홈)은 수도권 및 광역시 1억원, 그 밖의 지역은 7,000만원이다. 단, 입주자가 전세주택의 임차권을 LH에 귀속하는 조건으로 가구당 대출한도액을 초과하는 금액을 부담하는 경우에는 한도액을 초과하는 주택도 가능하다. 임대료보증금은 한도액 범위 내에서 전세금액의 5%(입주자 희망 시 상향조정 가능)이며, 월임대료는 전세금 중 입주자가 납부하는 임대보증금을 제외한 금액에

대한 연 2% 이자 해당액이 된다. 전세임대주택의 임대기간은 최초 2년이며, 재계약은 2회까지 가능하여 10년 동안 거주할 수 있다. 입주대상자가 거주하는 주택을 우선으로 계약을 체결할 수 있다. 한편 전세권 설정 등기 또는 대한주택보증(주)의 보증에 의무적으로 가입하여야 한다. 전세임대주택의 사업비는 호당 5,000만원씩 총 2조 400억원이 계획되어 있으며, 기금에서 95%를 지원하고 입주자는 5%만을 부담하여 공급되고 있다.

<표6> 기존주택 전세임대 공급호수

구분	계	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11~'12
계획	46,800	500	5,500	5,800	7,000	7,000	7,000	年7,000
실적	35,487	654	5,589	6,180	7,484	7,820	7,760	-

출처 : LH 내부자료

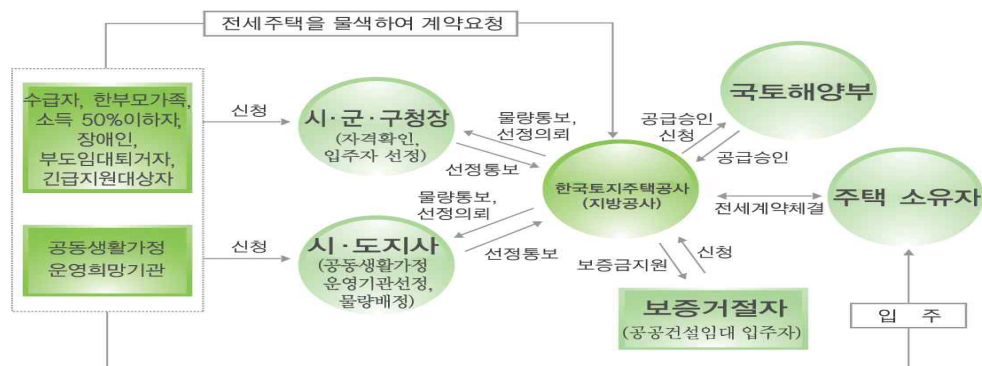
<표7> 기존주택 매입·전세임대 입주자선정기준(가점)

1. 입주자 선정기준일 이전 최근 3년간 보건복지가족부, 노동부, 여성부 및 지방자치단체가 운영하는 자활사업프로그램에 참여한 총 기간(세대원이 참여한 기간 포함)에 대하여 다음 각 목에 따라 산정 가. 24개월 이상 : 3점 나. 12개월 이상 24개월 미만 : 2점 다. 12개월 미만 : 1점
2. 입주자 선정기준일 현재 세대주의 당해 시(특별시·광역시 포함)·군 지역에서의 연속 거주기간에 대하여 다음 각 목에 따라 산정 가. 5년 이상 : 3점 나. 3년 이상 5년 미만 : 2점 다. 3년 미만 : 1점
3. 부양가족(제51조제4항의 세대원을 말한다)의 수는 다음 각 목에 따라 산정한다. 다만, 3자녀 이상 가구(「민법」상 미성년인 자녀만 해당)이거나, 65세 이상의 직계존속(세대별 주민등록표상에 세대원으로 등재된 경우를 말하며, 배우자의 직계존속을 포함)을 부양하거나, 세대주를 포함한 가구 구성원 중 중증장애인(장애인고용촉진 및 직업재활법 시행령 제4조의 경우에 한함)이 있는 경우에는 별도로 각각 가점 1점을 추가 부여 가. 3인 이상 : 3점 나. 2인 : 2점 다. 1인 : 1점

<p>4. 청약저축 또는 주택청약종합저축 가입여부(인정 회차를 기준으로 함)에 대하여 다음 각 목에 따라 산정</p> <p>가. 24회 이상 납입 : 3점</p> <p>나. 12회 이상 24회 미만 납입 : 2점</p> <p>다. 6회 이상 12회 미만 납입 : 1점</p>
<p>5. 현 거주지의 최저주거기준 미달 여부에 대하여 다음 각 목에 따라 산정. 다만, 「국민기초생활보장법」 제32조 및 같은 법 시행령 제38조에 규정된 보장시설 거주자는 전용입식부엌, 전용수세식화장실을 모두 구비한 것으로 본다.</p> <p>가. 전용입식부엌, 전용수세식화장실을 모두 구비하지 못한 주택에 거주하는 자 : 2점</p> <p>나. 전용입식부엌, 전용수세식화장실 중 어느 하나를 구비하지 못한 주택에 거주하는 자 : 1점</p>

출처 : LH 내부자료

<그림4> 주거지원 사업 절차도



출처 : LH 내부자료

(3) 소년가정 등 전세주택 지원

「빈곤아동 희망투자전략」의 일환으로 시행된 소년가정 전세주택 지원 사업은 사회 취약계층 아동 및 청소년의 주거생활안정을 위하여 전세주택을 지원하는 개념으로 설립된 주거복지정책이다. 지원지방자치단체에서도 관리하고 있는 소년가정의 경우 그 주거를 지원하는 방법이 영구임대나 기타 임대주택의 공급을 제외하고는 방법이 전무한 실정에서 전세임대주택의 도입과 동시에 무이자 개념으로 소년가정 등 전세주택 지원을 2005년부터 추진하게 된다. 전세임대주택과는 다르게 이자가 없으며, 국민임대나 기타 공공임대처럼 접근성이 어렵지도 않으면서도, 본인들이 거주하고

싶은 곳에 거주하는 소년가정 등 전세주택 지원을 추진하게 된다. 소년가정 등 전세주택 지원은 소년가정 등 취약한 아동·청소년에게 전세주택을 마련하여 무상으로 지원하여 전용 85㎡이하의 주택을 공급하는 형태이다. 사업대상 지역은 지방자치단체에서 추천을 받은 지역이며, 상관이 없으며 이것은 다가구매입임대 주택과 기존주택 전세임대, 신혼부부 전세임대 주택과의 차이점이다. 입주대상으로는 소년가정, 친인척위탁가정, 대리양육가정, 또한 교통사고 후유증을 앓고 있는 교통관리공단에서 관리하고 있는 교통사고유자녀가정 중에서 신청하는 아동·청소년 중 전년도 도시근로자 가구당 월평균 소득이하 및 무주택자 그 세부적인 입주 대상은 아래에 나와 있다. 임대조건은 만 20세까지는 무상거주이며, 만 21~25세까지는 보증금 없이 기금이자(연2%)에 해당하는 월임대료 납부함으로써 해서 성인이 되는 만 20세 이상에는 전세임대주택과 같은 기금이자(연2%)를 납부하도록 되어 있어 성인이 된 이후에는 자립의 목적으로 지원이 되는 제도이다. 05~08년까지 6,471호를 전국에 기존에 공급하였고, 11~12년간 매년 1천호 수준으로 공급할 계획이다.

<표8> 소년가정 전세지원 지원대상자

입주대상	내 용
소년가정	· 국민기초생활보장법에 의한 수급자 중 18세 미만 아동이 실질적으로 가계를 이끌어가는 가정
교통사고 유자녀 가정	· 자동차사고로 사망하거나 중증 후유장애를 입은 사람의 18세 미만의 자녀가 있는 가정
대리양육가정	· 18세미만 아동이 친조부모·외조부모와 동거하는 경우
친인척 위탁가정	· 18세미만 아동이 국민기초생활보장법상 부양의무자가 아닌 친·인척과 동거하는 경우
아동복지시설 퇴소자	· 아동복지시설 퇴소자로서 해당 지자체에 신고 된 아동복지시설의 장이 추천한 경우

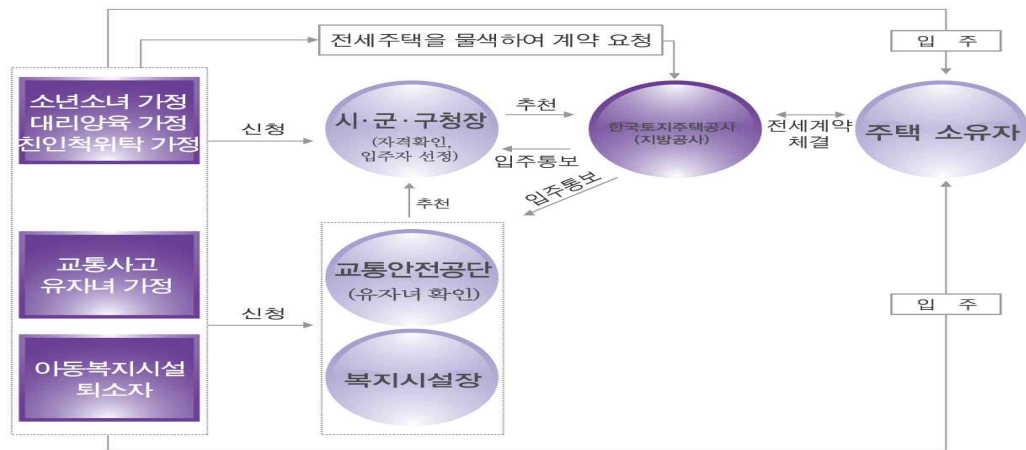
출처 : LH내부자료

<표9> 소년가정 전세지원 사업 지원호수

구분	계	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11~'12
계획	8,500	-	1,500	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	年1,000
실적	6,471	9	1,504	1,036	1,019	1,029	1,065	809	-

출처 : LH내부자료

<그림5> 주거지원 사업 절차도



출처 : LH내부자료

제2절 고객만족도

1. 고객만족도의 개념 및 등장배경

1) 고객만족도의 개념 및 등장배경

현재 민간분야 뿐 아니라 공공분야에서 주목받고 있는 개념 중 하나가 고객만족도(customer satisfaction)이다. 고객만족도에 대한 연구들은 그동안 많이 다양하게 진행되어 왔지만 학자들마다 관점과 그 접근방식에 따라 개념을 다르게 정의하고 있다. 고객만족도는 두 가지 유형으로 나누어 살펴볼 수 있는데, 조직 전반적인 만족도와 제품이나 서비스에 대한 만족도 두 가지로 나누어 살펴볼 수 있다.

우선, 미국마케팅학회(AMA)는 고객만족도를 제품이나 서비스에 대한 만족도로 보는 시각이다. 여기서 고객만족은 소비자의 사전에 기대를 충족시키거나 초과할 때는 만족이 발생하고 기대에 미치지 못할 때는 불만족이 발생한다고 주장하고 있다.

Anderson은 기대와 지각된 제품성과의 일치, 불일치 과정이라고 정의하였다.¹⁰⁾ 즉, 고객만족은 소비경험에 대한 좋은 느낌뿐만 아니라 그 경험이 좋을 것이라는 추측이나 기대에 대한 평가도 포함된다고 가정한 것이다. 따라서 고객은 기업이나 조직에 대해 좋은 느낌을 받거나 호의적인 감정이 생기더라도 그들의 기대에 미치지 못하면 불만족할 수 있다는 것이다. 이러한 앞의 시각들은 소비자들의 기대에 대한 조직의 성과적 측면을 강조한 것으로 해석되어 있다.

10) E. W. Anderson, and Sullivan. M. W(1993), 「The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms」, *Marketing Science*, 12(2), pp. 125-143.

또한 Aaker와 Day 역시 ‘제품의 질적 수준보다는 고객의 기대 수준에 고객만족도 평가가 달려 있어 특정 제품이나 제품 구매 경험에만 의존하는 단순한 제품 구매의 평가가 아닌 총체적 평가다’ 라고 하며 고객만족을 고객의 기대에 초점을 맞추어 정의하고 있다. 11) 또한 Oliver는 고객만족을 불일치된 기대와 소비자가 소비경험에 의해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생된 종합적 심리 상태라고 정의하였다. 12)

이와 소비자가 고객만족도에 가지고 있던 기대에 관한 개념은 기대의 일치/불일치와 연결되어 많은 학자들의 연구가 이루어졌다. 13) 이러한 기대-불일치 패러다임은 성과가 기대한 바와 같으면 일치하고, 성과가 기대한 바에 미치지 못하면 부정적 불일치이며, 성과가 기대이상이면 긍정적 불일치라는 것을 포함한다. 즉, 고객은 기대와 성과가 일치하거나 긍정적 불일치를 느낄 때 만족을 경험하게 되고 만족을 결과뿐만 아니라 과정 중에서도 인지되어진다고 Gronroos는 주장하였다. 14) 이와 같이 제품에 대한 기대에 고객만족이 영향을 받는다면 조직은 광고나 판매 전략에 의해 제품이 어떻게 보여지는지 주목해야 하며 정직하게 제품의 성과를 보여 구매자가 만족을 느낄 수 있도록 해야 한다는 것이 Kotler의 주장이다. 15).

고객만족에 대해 연구해야 하는 가장 큰 이유로 고객행동에 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 고객은 불만족스러울 때 그 어떠한 행동도 취하지 않을 수 있지만 구매 상표나 서비스 공급자를 바꿀 수 있고, 판매자 또는 제 3에게 불평을 하거나 다른 사람에게 부정적인 소문을 퍼뜨릴 수 있다. 16) 또한 불만족스러운 소비자는 만족한 소비자보다 그 제품이나 서비스를 재구매하지 않는다. 17) 따라서 고객만족도는 구매 후 고객의 태도, 감정에 영향을 미칠 뿐만 아니라 행동적 요소인 재구매 의도에도 영향을 미치는 것으로 연구되었다.

고객만족도를 서비스와 제품이 아닌 조직의 종합적인 만족도로 이해하는 시각도 있다. 조직의 전반적인 만족도로 보는 관점으로는 고객만족도의 개념에서 고객만족도를 평가과정에 초점을 맞추는 시각과 소비경험으로부터 얻어진 결과로 보는 시각으로 나눌 수 있다. 이러한 관점은 고객만족도에 대한 정의에서 고객만족도를 소비

11) A. David Aaker(1992), 「The value of brand equity」, Journal of Business Strategy, 13, July-August, pp. 27-32.

12) R. L. Oliver(1981), *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*(New York: McGraw-Hill), pp. 460-469.

13) Ibid.

14) A. Revald and C. Gronroos(1996), 「The value concept and relationship marketing」, *European Journal of Marketing*, 30(2), pp. 19-30.

15) P. Kotler(1984), *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*(Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall), pp. 13-20.

16) G. S. Day(1970), *Buyer Attitude and Brand Choice Behavior*(New York: Columbia Uni. Press), pp. 215-250.

17) J. W. Newman and R. A. Werbel(1973), 「Multi-variate analysis of brand loyalty for major household appliances」, *Journal of Marketing Research*, 10(November), pp. 404-409.

경험으로부터 얻어진 결과로 보는 시각과 평가과정에 초점을 맞추는 시각 등으로 나눌 수 있다. 따라서 본 연구에서 고객만족은 고객만족을 자기의 경험을 바탕으로 그 주관적인 느낌을 수치화한 결과로 파악하는 입장에서 ‘소비경험 전에 소비자가 기존에 가지고 있던 느낌을 바탕으로 소비경험 후 발생하는 기대 전·후 감정의 변화를 비교함으로써 변화하는 전반적인 심리의 변동 상태’의 개념으로 연구가 진행되었다.

한편, 고객만족을 지각적 평가과정으로 파악하는 시각의 연구에서 고객만족은 ‘선택된 제품이 서비스가 사전적으로 가지고 있던 믿음과 일치했는지의 여부에 대한 평가’ 등으로 정의 내리는 연구도 있다. 18)

선행연구를 종합적으로 검토해보면 고객만족(CS ; Customer Satisfaction)은 고객들이 제품이나 서비스를 포함한 기업의 마케팅 활동에서 나타나는 상황을 사용전의 기대(expectation)와 사용 후에 느끼는 제품성과(performance)간의 지각된 불일치에 대한 고객의 평가과정이라는 이론이 일반적으로 받아들여지고 있으며 이의 결과로서 해당 제품이나 서비스, 기업에 대한 신뢰와 재구매, 주변 사람에 대한 호의적인 추천이나 구전 등의 발생하는 과정까지 포함하는 개념이다. 이와 같이 선행변수와 결과변수 그리고 고객만족도간의 관련성에 관한 이론적 근거를 도식화하면 <그림 6>의 고객만족도의 선행 및 결과 변인 구조로 나타낼 수 있다.

<그림6> 고객만족도의 선행 및 결과 변인 구조¹⁹⁾



2. 고객만족도와 선행요인과의 관계

Reichheld와 Sasser는 만족한 고객은 더 많은 양을 보다 빈번하게 구매할 뿐만 아니라 그 기업에서 제공하는 다른 제품이나 서비스 또한 구매를 하게 된다고 하였다.²⁰⁾ 따라서 고객만족도가 높은 기업의 경우 제품반환, 하자보수, 불평처리 및 관리에 있어 비용의 절약이 가능하며 높은 고객만족은 미래의 더 낮은 비용으로 신규 고객을 유치할 수 있을 것이라는 추측을 기대해도 된다는 것이다.

18) 이유정(2005), 「공기기업의 조직공중관계성이 고객충성도에 미치는 영향: 한국철도청을 중심으로」(석사학위논문, 중앙대학교), pp. 30-34.

19) 김영찬·차재성(2003) 「고객만족도 측정방법론과 전략적 활용」

20) F. F. Reichheld and Sasser, W. E(1990), 「Zero defections: Quality comes to services」, *Havard Business Review* 68, pp. 105-111.

Anderson, Fornell과 Lehmann은 고객만족이 기업의 수익성을 높인다는 가설을 검증하였다. 21)연구 결과 고객만족이 기업의 투자수익률에 영향을 미치며 고객을 만족시키는 제품이나 서비스의 지속적인 제공은 실패비용을 줄임으로써 수익성을 증가시킨다는 것이다. 그리고 이러한 수익성에 대한 효과는 즉각적으로 발생하지 않고 장기적으로 발생한다는 것도 연구되었다.

그리고 고객만족도의 증가는 기업의 이미지 및 기업의 전반적인 명성을 증가시킨다. 명성의 증대는 고객들의 즉각적인 인지도를 제고할 수 있기 때문에 신제품을 출시하거나 시험 구매에 대한 구매자의 위험을 감소시키는 데 유리하다. 또한 명성은 핵심공급자, 유통자, 잠재적 협력자와의 관계를 형성하고 유지하는데 이점을 줄 수 있다고 한다.22) 따라서 명성은 시장 환경의 단기적 충격이나 위기를 방지할 수 있고 조직에 대한 고객의 평가에 긍정적 영향을 미침으로써 조직에 대하여 후광효과를 제공해 줄 수 있다. 고객만족도는 브랜드 자산처럼 기업의 다른 중요한 자산 형성에도 상당한 역할을 수행한다는 것이다.23)

제3절 선행연구 검토 및 차별성

1) 취약계층 임대주택에 관한 선행 연구

임성영(2011) “우리나라 주거복지정책 개선방안에 관한 연구 : 공공임대주택과 주거비 지원을 중심으로”에 관한 연구는 영국, 일본, 스웨덴을 포함한 선진국과의 제도 비교를 통하여 우리나라 주거복지 정책의 문제점과 개선방안을 연구하고 있다. 선진국들은 지방정부의 역할도 상당히 커서 중앙정부와 지방정부의 역할이 분담되고 주거비 지원을 통한 많은 입주민들에게 다양한 혜택의 주거복지를 진행하고 있다고 연구에서 주장한다. 또한 이 연구는 최저주거기준을 미달하고 있는 취약계층을 중심으로 공공임대정책과 주거비지원 정책을 중점으로 주거복지 정책에 대하여 다루고 있다. 공공임대주택의 공급적인 측면을 부각하면서 통일성과 일관성이 결여되어 있고, 주거복지 정책이 공평치 못하게 공급되고 있다고 서술하고 있다.

21) E. W. Anderson, Fornell. C. and Lemann. D(1994), 「Customer satisfaction. market share and profitability: Findings from Sweden」, *Journal of Marketing*, 58(July), pp. 53-66.

22) E. W. Anderson and M. W. Sullivan(1993), 「The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms」, *Marketing Science*, 12(2), pp. 125-143.

23) David A. Aaker(1992), 「The value of brand equity」, *Journal of Business Strategy*, 13, July-August, pp. 27-32.

안중만(2012) “취약계층 주거복지증진을 위한 주택정책 개선에 관한 연구 : 임대주택 정책을 중심으로”에서는 우리나라 임대주택의 역사와 각국의 다양한 주거복지 사례를 연구하였다. 각국의 사례를 바탕으로 우리나라에 적용하는 것과 임대주택의 필요성에 대하여 연구를 하였다. 또한 주거복지 정책의 평가를 객관적인 잣대를 통하여 시행함으로 해서 양적인 연구와 질적인 연구 모두를 진행하고 있다. 주거복지 정책에 대한 전문가들의 설문 조사를 통한 통계적인 연구로 실증적인 연구를 하였고, 국내외 연구자들의 주거복지정책 평가 기준을 바탕으로 주거복지 정책을 평가한 연구였다. 효율성, 형평성, 효과성 세 가지 가치차원으로 설문 조사를 나누어서 주거복지 정책을 평가하고, 그 평가를 바탕으로 우리나라 주거복지 정책에 대한 정책을 평가하였다. 효율성, 형평성, 효과성 평가를 바탕으로 우리나라 주거복지 공급 정책의 문제점과 개선방안에 대한 고찰을 통한 연구를 진행하였다.

김용천(2008)은 “우리나라 주택복지정책의 실태와 개선방안에 관한 연구”에서 주거복지의 개념을 서술하고 접근 방법과 목표에 관하여 서술하고 있다. 주거복지가 필요한 이유가 기술되어 있고, 우리나라 주거복지 정책의 광의와 협의의 개념으로 서술되고 있다. 또한 외국 사례와의 주거복지 정책의 사례를 비교함으로 해서 다른 나라와의 차이점과 도입하여야 할 제도의 필요성에 대하여 주장하고 있다.

박은철(2006)은 “도시 저소득 임차가구의 가구특성별 주거복지정책에 관한 연구 : 서울시의 사례를 중심으로”에서는 외국의 주거복지 정책을 공공임대와 주거급여로 나누어 연구한 후 그 정책을 바탕으로 서울시에 적용하려는 연구를 하였다. 서울의 공공임대주택 재고량에도 관심을 가져 추가적인 건설을 주장하였고, 주거비 지원의 확대제공을 통하여 최저주거기준에 미달한 최저생계비의 150%이하 계층에까지 지원할 필요가 있다는 것을 주장하였다. 입주자 및 수혜자 편익으로 프로그램을 배정하기 위해 프로그램별 편익 분석을 실시하였다. 그 결과 편익적인 측면에서는 영구임대주택, 50년 공공임대주택, 저소득영세민 전세자금 융자 순으로 결과가 나왔다. 선정기준으로는 최저주거기준 미달 여부, 가구순자산, 가구원수, 노인 및 장애인 유무, 사회취약계층 여부를 활용하였다. 또한 정부 정책에 있어 공공임대나 주거비 지원을 받고 있는 가구 수를 파악하고 주거복지 정책을 추가로 수요를 추정하여 더 많은 계층에게 주거복지 정책이 지원이 되어야 한다고 주장하고 있다.

김혜승외(2004)의 연구는 취약계층 주거복지의 수준 향상 및 분배의 형평성 제고를 위해 현행 주거복지 정책 하에서 누구에게 어떠한 프로그램을 제공할 것인가, 어떻게 전달체계를 구축할 것인가에 초점을 두고 있다. 이를 위해 주거복지 지원 프로그램의 효과와 프로그램 전달체계의 실태를 분석하였고, 외국의 주거복지 지원

프로그램 및 전달체계를 연구하였다. 주거복지 정책의 대상계층을 절대지원 계층(소득 4분위 이하)으로 설정하였다. 그리고 이 계층을 국민기초 생활보장 수급자, 최저 주거비 부담 과다계층 및 가능계층으로 구분하여, 이들에게 제공할 주거복지 프로그램을 제시하였다.

2) 고객만족도 선행 연구

이미향(2009)은 “서비스제공자에 대한 실망감이 고객만족과 선행요인에 미치는 영향 : 기업명성의 조절효과 연구”에서 서비스제공자에 대한 실망감이 고객만족과 선행요인에 미치는 영향을 파악하여 기업의 서비스 개선과 미래연구를 위한 토대를 제공하는데 그 의의가 있다고 얘기하였다. 그 연구의 주된 방향은 초고속인터넷의 가정방문서비스를 연구의 대상으로 하였다. IT강국 대한민국의 일등공신인 초고속 인터넷 시장은 기업 간 경쟁이 치열하지만 서비스수준이 궤도에 오르지 못한 상태여서 경쟁우위확보를 위해서는 서비스품질제고를 통한 고객만족이 선행되어야 하는 산업이다. 기존의 서비스 관련 논문에서는 고객의 만족/불만족과 선행요인에 관한 연구는 많이 이루어졌지만, 고객 불만족의 원인인 고객의 실망감을 다룬 연구는 드문 상황이었다. 실망감은 서비스에 대한 고객의 부정적 평가이며 불평행동의 선행요인이므로 기업은 서비스 접점에서 발생하는 고객의 실망감을 정확히 파악하고 실망감의 선행요인과 결과변수에 대한 이해를 넓혀야 한다. 이 연구에서는 서비스 전달과정에서 발생하는 서비스 제공자에 대한 실망감이 고객만족과 선행요인에 미치는 영향을 파악하고, 이러한 실망감이 기업명성에 따라서 어떻게 달라지는지에 대해 연구하였다. 연구결과, 고객이 서비스제공자에 대해 실망감을 경험하면 고객만족도와 선행요인은 하락하며, 특히 고객이 기업명성을 높게 지각하는 기업일수록 고객 불만족과 선행요인 하락도가 커지는 것으로 나타났다.

이명래(2008) “서비스품질이 고객만족과 선행요인에 미치는 영향에 관한 연구”에서 최근 우리나라 서비스산업의 가장 큰 관심은 서비스품질의 향상이다. 서비스품질의 혁명은 향후 기업의 새로운 승자와 패자를 결정지을 것이며, 이러한 시대적 변화에 기업이 능동적으로 대처하기 위해서는 다양하게 변화하는 고객의 기호와 욕구에 유연하게 대처할 수 있어야 한다. 고객의 서비스에 대한 요구가 점점 고도화되는 현실에 있어서, 안정적으로 고객을 확보하기 위한 차별적 수단으로서, 효율화의 방법으로서 또 신뢰 획득의 전략으로서 서비스품질의 강화는 필수적 요소이다. 기업들도 서비스품을 기업의 가장 효과적인 마케팅 자산(marketing Asset)으로 인식하고 있으며, 높은 서비스품질의 제공은 기업 자체를 효과적으로 포지셔닝시키는 핵심전략이 되고 있다. 또한 기업 실체와 구분되는 개념으로서 기업 이미지는 정보화

시대에 접어들면서 제품 우수성과 함께 고객니즈를 만족시키는 필수적인 방법으로 부각되고 있으며 고객을 만족시키는 하나의 형상으로 설명되고 있다. 소비자들은 구매행동을 할 때 소비자 각자에게 형성되어 있는 기업 이미지에 의해서 구매의사 결정을 하게 된다. 한 예로 삼성은 삼성이라는 이미지만으로 장점이 되고 있다. ‘삼성이 만들면 다르다’라는 광고 카피처럼 이미 소비자들에게 삼성의 브랜드가 믿음과 신뢰가 되고 있다. 기업 이미지의 특이한 점은 영원하지 않고 일과성이라는 점이다. 즉 기업들이 이미지 관리에 항상 주의하지 않으면 소비자는 언제 떠나갈지 모른다. 소비자가 어떤 관점에서 기업 이미지가 훼손되었다고 판단하면 그 기업과 관련한 제품을 구매하지 않는 것은 당연하다고 하겠다. 이렇듯이 오늘날 고객들은 과거 받았던 서비스품질 보다 더 높고 더 일관적인 품질의 서비스를 제공 받으려는 기대를 갖고 있으며, 이 기대는 점점 커지고 있어 기업들은 서비스품질 향상에 경영의 중점을 둘 수밖에 없다. 기업 간의 경쟁이 더욱 심화되고 있는 현대 시장경제 하에서 서비스품질은 고객만족, 기업 이미지 개선에 중요한 특성으로 시장 경쟁자들 간의 차별화 요인으로 대두되고 있다. 그러므로 많은 기업들은 서비스품질 향상을 통한 고객만족과 고객만족을 통한 제품 및 기업 이미지 제고를 위해 끊임없이 노력해야 한다.

반헌장(2011) “기업 이미지가 고객만족, 구전 의도에 미치는 영향”의 연구에서 요즘 현대사회는 이미지 시대이다. 기업에 대한 이미지는 기업의 경영 목표를 달성하기 위한 것에 대한 긍정적인 영향을 미치는 중요한 마케팅의 도구이다 (Spector,1961). 강한 경쟁 환경에서 우위를 확보하며 많은 시장 점유율을 도모하고 있는 고객 지향적인 중국 기업들이 기업 이미지를 중시하고 있다. 이 연구의 목적은 기업 이미지의 각 요인이 고객 만족에 영향을 미치는지에 대하여 알아보고자 함이다. 이 연구는 중국 기업을 중심으로 기업의 이미지와 고객 만족에 어떻게 영향을 미치는가와 고객 만족도 및 구전 간의 상관관계를 알아보기 위한 것이다. 이를 위해 중국 동부 남부 지방 시민 대상으로 설문조사를 실시하며 설문 자료를 분석하였다. 이 연구의 실증 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 기업 선도성은 고객 만족에 매우 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 연구 결과가 나타났다. 둘째, 마케팅 이미지는 고객 만족에 대한 가설이 “마케팅 이미지는 고객 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 연구 가설 역시 분석 결과가 통계적으로 매우 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 셋째, “기업의 성장성 이미지는 고객 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 연구 가설은 고객 만족에 매우 큰 영향을 미치는 것으로 분석 결과가 나타났다. 즉 기업 성장성의 이미지는 고객 만족에 유의적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 넷째, “사회적 책임은 고객 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 연구 가설은 사회적 책임은 고객 만족에 매우 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 연구 결과가 나타났다. 다섯째, “제품 이미지는 고객 만족에 유의한 영향을 미칠

것이다”라는 연구 가설은 고객 만족에 큰 영향을 미치는 것으로 분석 결과가 나타났다. 마지막, 고객 만족도하고 구전의 관계가 실증 분석을 통해서 고객 만족은 구전 의도에 유의한 영향을 나타냈다. 즉 고객 만족도가 높을수록 구전 의도가 높아진다. 따라서 향후 중국 기업들이 마케팅 활동, 사회적 책임, 선도성만 신경 쓸 것이 아니라 장기적인 관점에서 기업의 제품 이미지, 성장 이미지를 제고하기 위한 노력을 도모해야 한다.

Oliver와 Swan(1989)은 “소비자 만족도에 관한 연구”에서 어떤 현상이 소비자가 기대한 것과 부합되면 소비자는 그저 긍정적으로 만족하게 생각한다. 24) 그러나 현상이 소비자의 기대를 훨씬 넘는 경우에는 그 만족도는 훨씬 커지게 된다는 것을 보여 주었다. 이는 비윤리적인 기업이 진정한 사회공헌 활동을 하면 이는 소비자의 기대를 훨씬 넘어선 행위이기에 이 행위는 처음에 비윤리적인 기업에 대한 태도를 훨씬 능가하는 태도를 소비자가 가지게 된다는 것을 시사한다. 그러나 윤리적인 기업이 진정한 사회공헌을 행하면 이는 윤리적인 기업에 소비자는 이미 높게 평가하고 있기에 진정성이 기업에 관한 태도를 상승시키는 데는 그렇게 크지 않은 효과를 가져온다는 것이다. 25)

박해영(2008)은 “공기업의 사회공헌활동과 선행요인, 고객만족도 간의 관계 연구 : 한국마사회”에서는 공기업의 사회공헌활동이 선행요인 및 고객만족도에 정적인 영향을 미치며 선행요인과 고객만족도 간에도 정적인 상관관계가 있음을 보임으로써 향후 사회공헌활동, 선행요인, 고객만족도 간의 관계연구를 위하여 서로가 관련이 있다는 것을 명시하였다. 또한 이 연구에서는 사회공헌활동과 관련하여 전략적으로 수행할 수 있는 캠페인과 공기업과 관련을 맺고 있는 공중 간의 관계를 호의적으로 형성, 유지할 수 있는 결과를 보여주는 것이 중요하다는 것을 결과로 나타낸다.

최찬섭(2012)은 “공항서비스 고객만족도 조사에 관한 연구 : 한국공항공사의 사례를 중심으로”에서 연구에서 공항서비스의 고객만족도 조사에 관한 선행연구와 실증적 분석을 통해 공공서비스에서의 고객만족도 조사에 대한 의미와 이해, 전략적 활용방안을 제시하였다. 특히 현재 관련 법령을 근거로 시행되고 있는 공공기관 고객만족도 조사와 공항의 특성을 반영하여 개발된 한국공항공사 고객만족도 조사 등 2개 조사 모형을 비교·분석함으로써 공항서비스의 경쟁력을 강화하기 위한 시사점을 제시하였다.

24) Oliver, Richard S. and John E. Swan(1989), 「Equity and disconfirmation perceptions as influences on merchant and product satisfaction」, *Journal of Consumer Research*, 27(4), pp. 412-432

25) 이한준·문현구(2007), 「기업의 사회공헌에 관한 시민인식」 (경영학 통합학술대회(한국기업윤리학회), pp. 1-8.

3) 선행연구와의 차별성

기존의 선행 연구들은 주거취약계층의 입주자 만족도나 주거 유형에 대한 연구가 주를 이루었다. 본 연구는 취약계층 임대주택별 고객만족도에 영향을 미치는 결정요인을 분석하는 형태로 진행되고 있다. 그것을 위하여 첫 번째로 고객만족도에 영향을 미치는 요인을 공공기관 만족도 평가 모형으로 선정 후, 고객만족도와 그것에 영향을 미치는 선행 요인의 상관성을 살펴보고 있다. 또한 임대주택의 다양한 유형의 연구를 위하여 임대주택의 유형을 다양화하여 연구 결과를 이끌어 내고 있다. 단순한 고객만족도의 비교가 일반 기업과의 비교가 아닌 임대주택별 선행요인에 영향을 미치는 요인들을 이끌어내고 임대유형별로 분석하여 주거취약계층을 위한 임대주택의 연구를 체계적으로 이끌고자 한다. 한국토지주택공사에서 시행하는 취약계층 임대주택을 유형별로 판단하여 고객만족도를 분석한 것도 이 연구가 다른 연구와의 차별성이 있다고 할 수 있다.

제3장 연구문제 및 가설

제1절 연구문제

본 연구는 임대주택 유형별로 고객만족도에 영향을 미치는 결정 요인에 대하여 진행하였다. 임대주택별로 입주 고객들은 얼마나 만족하고 있으며, 그 만족도를 구성하는 요소가 무엇인지에 관하여 연구문제를 도출하게 되었다. 공공성을 목적으로 하는 공기업이야말로 입주자에게 제공하는 임대주택의 만족도를 제고하고 공중과의 관계 형성 및 개선을 위한 노력이 필요함을 시사하고, 한국토지주택공사의 주거복지정책 중 하나인 취약계층 임대주택의 고객만족도에 미치는 영향에 대하여 논의하였다. 따라서 한국토지주택공사의 임대주택을 이용하는 입주자들의 고객만족도에 영향을 끼치는 요인들을 알아보기 위한 것으로 다음과 같이 방향을 설정하였다.

고객만족도를 구성하는 여러 요인 중에서 전반적 만족도에 가장 크게 작용하는 요인의 도출을 통하여 임대주택 유형별로 고객만족도에 가장 큰 영향을 주는 요인을 도출하고자 한다. 이 연구는 한국토지주택공사 취약계층 임대주택을 중심으로 고객만족도에 미치는 선행 요인에 대하여 실증적으로 살펴보았다. 기존의 고객만족도를 바탕으로 그 고객만족도에 미치는 선행 요인에 관한 연구 결과가 있지만, 이번 연구에서는 기존 결과들에 한국토지주택공사라는 공기업 조직 특성상 어떠한 차이를 보이는지 살펴보았다.

[연구문제]

1. 취약계층 주거복지 사업의 고객만족도를 구성하는 요소 중 임대주택별로 고객만족도에 차이는 있는가?
2. 임대주택별로 고객만족도에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?
3. 취약계층 임대주택 유형별로 영향요인의 차이가 존재하는가?

제2절 가설 및 설정근거

공기업의 경우 독점적인 성격이 강하여 조직과 공중 간의 관계가 구축, 유지되지 않더라도 고객이 일반적으로 공기업의 선행요인을 높게 평가할 수 있다. 그렇기 때문에 연구문제의 설정으로 사기업과는 다른 공기업의 특성상 조직과 공중의 관계를 고객만족도에 어떤 요인을 미치는가에 대하여 파악해볼 수 있다. 따라서 가설을 설정하여 임대주택 유형별로 고객만족도의 결정 요인을 살펴봄으로 임대주택 유형내에서의 차이를 연구하였다.

가설 1
1. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 고객만족도는 차이가 없다
1-1. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 서비스내용 만족도는 차이가 없다.
1-2. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 서비스과정 만족도는 차이가 없다.
1-3. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 서비스품질 만족도는 차이가 없다
1-4. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 사회적품질 만족도는 차이가 없다

가설1의 검증을 위해 매입임대와 전세임대, 소년가정의 세 그룹으로 나눈 후 각 표본의 평균 차이가 통계적으로 유의한 지를 비교하는 독립표본 일원분산분석(Anova)을 활용한다.

가설 2
2. 고객만족도 선행요인은 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.
2-1. 서비스 내용품질은 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.
2-2. 서비스 과정품질은 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.
2-3. 서비스 환경품질은 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.
2-4 사회적 품질은 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.

가설 2의 검증을 위해 다중회귀분석을 실시한다. 매입임대와 전세임대, 소년가정 전세지원 사업 세 그룹으로 나누어 고객만족도를 종속변수로, 4가지 선행요인을 독립변수로 하여 통계적 유의성을 검정한다. 두 번째로 매입과 전세를 두 그룹으로 나누어 동일한 방식으로 다중회귀분석을 실시하여 도출된 표준화된 베타값을 비교한다. 도식화 하면 아래와 같이 나타낼 수 있다.

$$Y = \alpha * f_1 + \beta * f_2 + \gamma * f_3 + \delta * f_4$$

*종속변수 : Y(고객만족도 응답점수)

*독립변수 : 서비스내용품질(f_1), 서비스과정품질(f_2), 서비스환경품질(f_3), 사회적품질(f_4)

제3절 연구방법

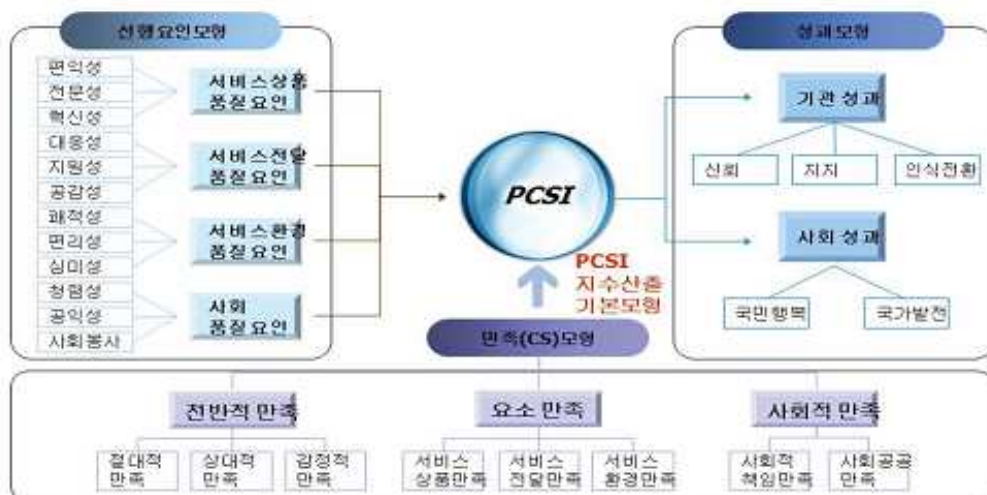
1. 연구방법 개관

공공기관 고객만족도 조사를 외부기관에 의하여 1년에 한번 시행하도록 법에 명시되어있다. 고객만족도 조사는 공공기관 운영에 관한 법률 제 13조에 의거하여 연1회 실시되도록 명시화 되었고, 동법 제 4조와 제 5조에 의해 그 해당 법률에 포함되는 공공기관은 의무적으로 받도록 명시되어있다. 공공분야의 고객만족도 조사는 기획재정부의 주도로 그 모형이 만들어졌으며, 한국능률협회가 PCSI(Public-service

Customer Satisfaction Index)모형을 개발하여 현재 사용되고 있다. 이 PCSI 모형은 현재 정부가 매년 성과를 측정하기 위하여 경영실적평가에 한 분야로 포함되어 경영실적평가에 객관적인 지표로 반영되어 있다. 공공기관 고객만족도 조사는 만족-불만족의 연속모형을 바탕으로 하고 있으며, 공공기관의 고객만족도 조사모형은 민간사업이나 일반시민들을 대상으로 하는 고객만족도에서 사용되고 있는 고객만족과 서비스품질 지수간의 관계를 기반으로 구조방정식 모형(Structural Equation Model)을 토대로 개발되었다.

PCSI모형은 간접측정법보다 직접측정법이 적합하다고 판단하기 때문에 직접측정법을 사용하고 있다. 공공기관 고객만족도의 종합만족지수의 산출에 있어 체감만족도를 측정하는데 직접측정법이 더 적합한 방법이기 때문이다. 독점적인 공공재의 특성상 대체나 경쟁체제가 어려워 다른 민간사업이나 민간업체와의 비교 자체가 어렵기 때문에 사업의 종류나 특성을 감안하여 고유의 특성을 가진 공공기관의 고객만족도를 측정·비교하기 위해서는 직접측정법이 가장 적합하다고 본 것이다. PCSI 모형은 종합만족도의 산출 뿐 아니라 원인변수인 선행요인모형과 결과변수인 성과모형으로 구성되어 그 지수를 평가하도록 되어있다. 종합만족지수는 전반적 만족차원, 요소만족차원, 사회적 만족차원 등 3개의 만족 모형으로 구성되어 있으며 세부적으로 총 8개의 만족요인으로 산출된다. 다만 만족을 전반적으로 측정하는 차원에서는 전반적 만족과 요소만족, 사회적 만족을 50%와 30%, 20%로 가중치를 고정시켜 종합만족지수를 산출하고 있다. 이 산출 비율에 대한 가중치는 구체적으로 설정하게 된 이론적 근거나 개념은 명확하게 나타나 있지 않다.

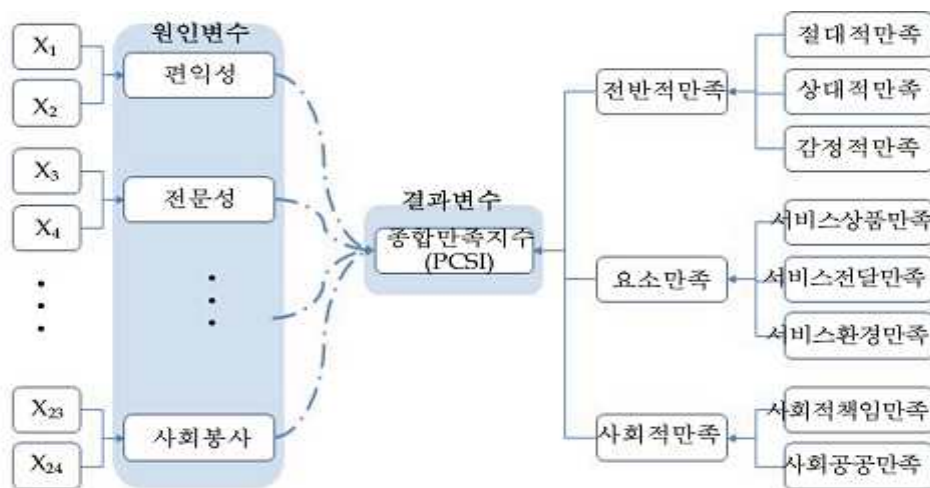
<그림7> PCSI(Public-service Customer Satisfaction Index)모형



* 출처: 최찬섭(2012)

만족모형의 원인변수로서 선행요인모형은 서비스상품품질요인, 서비스전달품질요인, 서비스 환경품질 요인, 사회품질요인 등 총 4개로 구성되어 있다. 서비스품질요인을 상품 품질요인, 전달품질요인, 환경품질요인으로 3가지로 분류하였으며, 공공기관의 특성을 만족도 조사에 반영하기 위하여 사회품질요인을 측정항목에 포함시켰다. 다양한 공공기관간의 특성과 독점적인 공급재에 맞추어 고객만족도를 측정하기 위하여 고객으로부터 고객 만족요인을 측정하기 위해 각 품질요인들이 3개씩 선정하여 측정하였다. 고객만족 요인들을 구성하는 항목 요인들은 각 품질차원을 구성하고 있으며 항목별 비교, 평가가 가능하게 설계되었다. 그 품질요인들은 개념적이고 추상적인 용어를 사용하고 있는데 이는 공공기관의 다른 업종과 고유의 특성을 총괄적으로 포함하기 위하여 추상적인 개념을 사용하였다. 그러나 개념적이고 추상적인 용어도 공공기관의 특성과 서비스품질이 다르기 때문에 같은 항목들로 개인별로 구성하여도 품질특성에 대한 의미를 개인별로 다르게 인식할 수 있다. 예를 들어 설문지상의 전문성이나 사회봉사, 편익성 등에 대한 개념이나 의미가 응답자와 설계자간에 일치하지 않을 가능성이 매우 크다. 예를 들어 편익성은 설계자 입장에서는 해당서비스를 이용하기에 편리한 거리나 위치를 의미하는 것을 의도했을 수 있지만 응답자 입장에서는 해당서비스를 언제든지 이용할 수 있는가라는 의미로서 다르게 해석할 수 있다.

<그림8> PCSI에서의 고객만족 및 서비스품질 간 인과관계

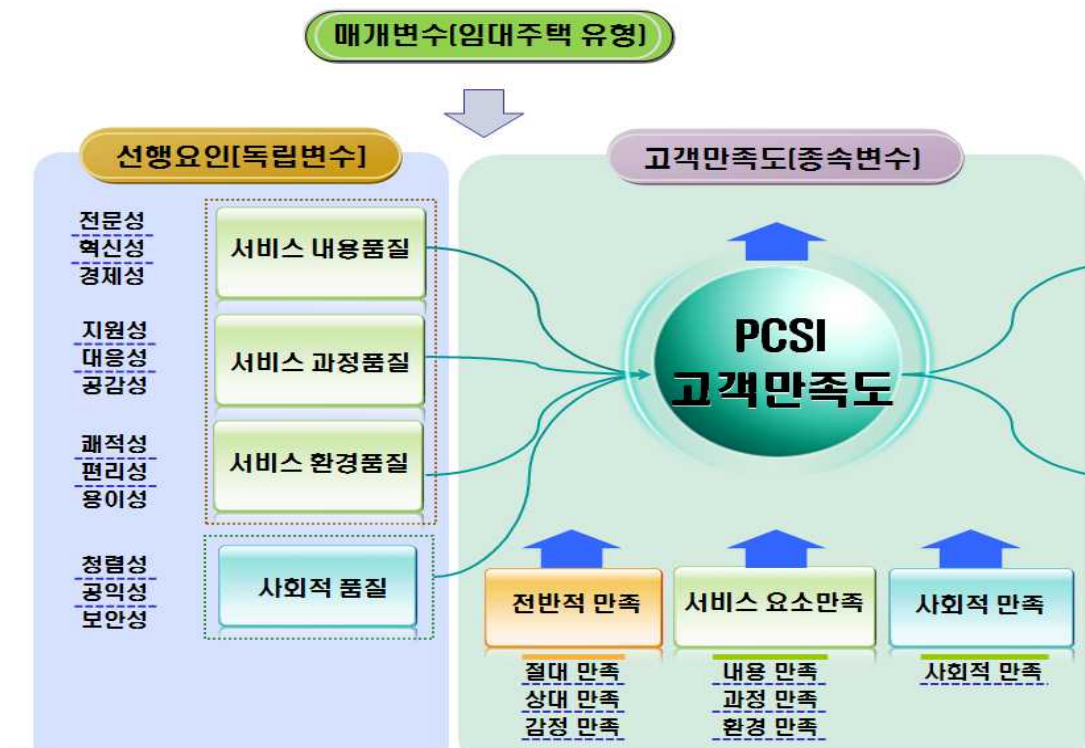


* 출처: 최찬섭(2012)

2. 연구분석틀 및 모형

앞의 <그림7>의 PCSI모형과 <그림8>의 PCSI모형에서의 고객만족 및 서비스품질 간 인과관계를 바탕으로 본 연구의 분석틀은 아래와 같이 제시한다. 그리고 선행요인 모형, 만족모형, 성과모형으로 나누어 본 연구 분석틀은 구성되어 있다. 그리고 독립변수로는 임대주택의 유형별 고객만족도를 설정 하였으며, 종속변수로는 선행요인을 설정하였다. 또한 이에 관한 명확한 비교를 위하여 임대주택의 유형을 매개변수로 설정하였다.

<그림9-연구 분석틀>



* 출처: 공기업 PCSI모형 인용 및 LH기업특성에 맞게 재구성

3. 주요 변인의 정의 및 측정

1. 독립변수 : 고객만족도에 영향을 미치는 선행요인

독립변수인 고객만족도 조사는 기획재정부의 의뢰를 받아 한국능률협회가 개발한 PCSI(Public-service Customer Satisfaction Index)모형을 사용하고 있으며, 고객만

족도에 영향을 줄 수 있는 서비스 내용품질, 서비스 과정품질, 서비스 환경품질, 사회적 품질 네 가지를 선행요인으로 나누어 그것이 고객만족도에 미치는 영향에 대하여 검증하고자 한다. 또한 고객만족도에는 총괄적인 만족도를 측정하는 전반적 만족도, 서비스 요소만족, 사회만족 세 가지로 나누어 진행한다. 선행요인인 네 가지 변수와 종합적인 고객만족도를 측정하는 세 가지 요인을 통하여 서로의 상관관계를 살펴보고 그것이 종속변수인 선행요인에 영향을 미치는 것을 살펴보고자 한다. 전체적인 고객만족도를 평가할 때는 Fornell의 ‘전반적인 구매 후 평가-시간에 걸쳐 제품이나 서비스에 대한 모든 구매와 소비 경험에 바탕을 둔 전체적인 측정’이라는 정의를 사용하도록 한다. 이번 연구에서 고객만족도를 측정하기 위해 Ratchford 와 Srinivasan이 사용한 고객만족도 척도²⁶⁾를 임대주택의 상황에 맞게 재구성하여 ‘절대 그렇지 않다’에서 ‘매우 그렇다’는 7점 Likert척도로 측정했다.

<표10> 고객만족도 선행요인 측정 문항(독립변수)

항 목		문 항
서비스 내용 품질	전문성	LH는 임대주택 공급서비스에 전문성이 있다.
		LH담당직원은 업무에 필요한 능력을 갖추고 있다.
	혁신성	LH는 임대절차를 개선하기 위해 지속적으로 노력한다.
		임대기간 연장 등 고객서비스 개선을 위해 지속적으로 노력한다.
	경제성	이전보다 주택규모, 시설 등 주거환경이 좋아졌다.
		이전보다 주거생활이 더 편리하다.
		이전 거주여건과 비교할 때 임대료가 적절하다.
		주택규모(면적) 대비 임대료 부담이 적정하다.
서비스 과정 품질	지원성	주택임대 업무처리 절차가 체계적이다.
		LH홈페이지 등을 통해 임대주택에 대한 정보를 제공한다.
		임대절차 안내문 제공, 임대료 납부요령 안내 등 임대공급 서비스를 실시하고 있다.
	대응성	고객의 문의 및 요구사항 발생 시 성실하게 대응한다.
		LH 담당직원의 응대태도가 친절하다.
서비스 환경 품질	쾌적성	고객의 문의 및 요구사항을 이해하려고 노력한다.
		상담창구 등 사무실 환경이 쾌적하다.(환기, 소음 등)
		고객편의시설이 청결하다.(화장실, 휴게실 등)
		LH 직원들의 복장이 단정하다.
	편리성	상담실이 단정하게 갖춰져 있다.
		건물 내 부서를 알려주는 안내 표지판이 설치되어 있어 방문이 편리하다.
		상담, 인터넷 등을 통해 주택 임대공급에 대한 정보를 얻기 편리하다.
	용이성	LH 담당직원과의 접촉이 용이하다.

26) 이유정, op. cit., p. 54.

사회적 품질	청렴성	LH는 입주자 모집공고 등 임대공급업무처리절차를 준수한다.
		LH는 모든 고객을 공정하게 대우한다.
	공익성	LH는 국민의 주거안정에 기여한다.
		LH는 국민의 주거환경을 개선하는데 기여한다.
		LH는 고객의 안전을 위해 노력한다.
	보안성	LH는 고객이 제출한 서류 등 자료보안을 위해 노력한다.

2. 종속변수 : 고객만족도

고객만족도를 선행요인의 개념과 유사하게 적용하여 ‘공중이 특정 기업에 대해서 갖는 경험, 기대, 느낌, 인상과 같은 모든 것들이 상호작용함으로써 형성된 총체적인 인상’이라고 정의²⁷⁾, Winters가 개발한 선행요인 구성요인들이 선행요인을 측정하는데 있어서 중요한 요인들을 대부분 포함하고 있다고 판단되어 이를 토대로 재구성하였다. ²⁸⁾본 논문에서 2가지 선행요인 중 공공기관 고객만족도조사인 PCSI(Public-service Customer Satisfaction Index)모형을 바탕으로 고객만족도에 대한 총괄적인 조사를 위하여 전반적 만족도, 서비스 만족도, 사회적 만족도 총3개의 분야로 나누어 고객만족도의 전반적인 측정 결과를 바탕으로 고객만족도를 측정하였다. 이들 항목은 ‘절대 그렇지 않다’에서 ‘매우 그렇다’에 이르는 7점 Likert 척도로 측정하였다.

<표11> 고객만족도 전반적 만족도 측정문항(종속변수)

항 목	문 항
전반적 만족도	소요한 시간, 노력, 비용 등을 고려할 때, 기대하셨던 것과 비교할 때 LH의 임대공급서비스에 대해 얼마나 만족하십니까?
서비스 만족도	LH 임대주택 임대공급서비스의 내용, 직원의 응대, 이용절차, 시설환경, 공공성 등을 포함하여 생각할 때, LH의 임대주택 임대공급서비스 전반에 대하여 얼마나 만족하십니까?
사회적 만족	제품 및 서비스, 직원의 응대, 이용절차, 시설환경, 공공성 등을 포함하여 생각할 때, LH에 대한 이미지가 어떻게 되었습니까?

27) Bernstein(1984), op. cit. ,pp. 125-143.

28) 이준일·우소영·배현미(2007), p. 67.

3. 매개변수 : 임대주택의 유형

한국토지주택공사에서 주거취약계층을 위하여 시행하고 있는 임대주택 중에서 취약계층 임대주택의 유형으로 나누어 조사를 진행한다. 취약계층 임대주택의 대표적인 세 가지 사업인 다가구 매입임대사업, 기존주택 전세임대사업, 소년가정 전세지원사업 등으로 나누어 임대주택의 유형을 나누어 진행하고자 한다.

4. 통제변수는 한국토지주택공사에 거주하는 입주자 개인적 특성인 성별, 연령, 이전 거주 주택 유형, 거주 기간 등을 통제 변수로 설정하여 고객만족도와 선행요인에 영향을 주는지 검증하기로 한다.

4. 표본 선정 및 자료 수집 분석방법

1. 표본선정

본 연구에서는 한국토지주택공사에서 취약계층을 위하여 입주중인 다가구매입임대 입주자 200세대, 기존주택전세임대 입주자 200세대, 소년가정 전세지원세대 100세대로 선정하여 지역별로 지원물량을 감안하여 할당하여 조사를 진행하였다. 한국토지주택공사의 취약계층을 위한 임대주택인 선행요인과 고객만족도가 서로 미치는 영향을 조사하여 취약계층을 위한 주거복지정책에 있어 본 정책들의 역할과 위치를 고찰해보았다.

2. 자료수집 및 분석 방법

1) 자료수집

한국토지주택공사에 거주 중인 고객을 조사대상으로 하여 설문조사를 실시하였다. 조사대상은 최소한 6개월 이상 거주중인 세대를 대상으로 하여 입주인 만족도 측정을 하는데 있어 신뢰성을 확보하고자 하였다. 또한 지역별로 물량별 공정한 할당과 사회계층별로 할당을 하여 다양한 사회계층의 의견을 반영하고자 하였다. 미성년자나 고령의 고객을 제외하고, 소년가정가장이나 독거노인의 경우 보호자와 요양보호사의 도움을 받아 설문대상으로 선정하여 고객만족도 뿐만 아니라 선행요인도 조사를 하였다.

표본은 무작위 표집방법을 사용하였고, 자료 수집은 설문조사 방법을 사용하였다. 지역별로 물량을 할당하여 수도권과 지방의 비율을 지원하는 비율로 일정하게 하여 일대일 대면 방법으로 설문조사를 요청하였으며 설문지는 총 500부를 배포하였으며 2010년 7월 16일부터 8월 4일까지 20일간에 걸쳐 진행하였다.

2) 설문의 구성

<표13> 설문구성

측정요소	항목	세부내용	측정척도	설문문항
총괄만족도		전반적만족도	7점리커트	1
		서비스만족도		1
		사회적만족도		1
고객만족도 선행요인	서비스 내용품질	전문성		2
		혁신성		2
		경제성		4
	서비스 과정품질	지원성		3
		대응성		1
		공감성		1
	서비스 환경품질	쾌적성		4
		편리성		3
		용이성		1
	사회적 품질	청렴성		2
		공익성		3
		보안성		1
인구통계학적 특성		지역, 전화번호, 성별, 연령, 대상자와 관계, 보증금, 평형, 지원유형	명목	8

3) 분석방법

수집된 자료는 SPSS 18.0을 토대로 통계로써 첫째로 신뢰도 검증을 통해 Cronbach's α 를 측정하였고, 전반적인 고객만족도와 고객만족도를 구성하는 선행요인들 간의 상관 관계를 입증하기 위하여 상관 분석을 하였다. 둘째로 고객만족도를 구성하는 4가지 요인의 타당성 검증을 위하여 요인분석을 하였다. 셋째로 가설 검증을 위하여 빈도분석을 통하여 고객만족도와 4가지 요인들의 기술통계량을 분석

하였다. 넷째로 전체적인 고객만족도와 4가지 요인별 만족도 차이를 위하여 일원분산분석과 T-검정을 실시하였다. 마지막으로 전반적 고객만족도와 4가지 선행 요인들의 분석을 위하여 다중회귀 분석을 통해 검증하였다. 고객만족도를 구성하는 선행요인을 독립변수로 선정 후 종속변수인 고객만족도는 아파트 전반에 대한 만족도에 대한 응답점수로 산출한다. 독립변수를 이루는 고객만족도의 선행요인들은 응답점수의 산술평균을 통해 산출한다.

제4장 경험적 분석 결과

제1절 조사대상자 특성

1. 표본의 일반적 특성

표본의 인구사회학적 특성을 성별로 살펴보면 매입임대 입주고객이 200명, 전세임대 입주고객이 200명, 소년가정 지원임대 입주고객이 100명으로 설문이 구성되어있다. 매입임대의 경우 남자가 35%, 여자가 65%로 나타났으며, 나이별로는 20대가 2%, 30대가 12%, 40대가 37.5%, 50대가 18.5%, 60대 이상이 30%로 나타났으며, 가구주와의 관계는 본인이 88.5%, 배우자가 11.5%로 나타났으며, 지역별로는 서울 30%, 경기 17.5%, 인천 10%, 강원 2.5%, 충북 2.5%, 대전/충남 10%, 전북 5%, 광주/전남 10%, 대구/경북 5%, 경남 2.5%, 부산/울산 5%로 나타났다. 전세임대의 경우 남자가 28.5%, 여자가 71.5%로 나타났으며, 나이별로는 20대가 6.5%, 30대가 22.5%, 40대가 44.5%, 50대가 18.5%, 60대 이상이 8%로 나타났으며, 가구주와의 관계는 본인이 80.5%, 배우자가 19.5%로 나타났으며, 지역별로는 서울 17.5%, 경기 20%, 인천 10%, 강원 2.5%, 충북 2.5%, 대전/충남 5%, 전북 5%, 광주/전남 7.5%, 대구/경북 10%, 경남 10%, 부산/울산 10%로 나타났다. 소년가정 전세자금 수혜고객의 경우 남자가 16%, 여자가 84%로 나타났으며, 나이별로는 20대가 14%, 30대가 8%, 40대가 39%, 50대가 10%, 60대 이상이 29%로 나타났으며, 가구주와의 관계는 본인이 9%, 부모가 44%, 형제자매 5%, (외)조부모 28%, 기타(친척 포함)는 14%로 나타났으며, 지역별로는 서울 10%, 경기 10%, 인천 10%, 강원 5%, 충북 5%, 대전/충남 10%, 전북 10%, 광주/전남 10%, 대구/경북 10%, 경남 10%, 부산/울산 10%로 나타났다.

<표14> 표본의 일반적 특성

구 분		전 체		다가구 매입임대		전세임대		소년가정	
		빈도	비율	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
성별	남	143	28.6	70	35	57	28.5	16	16
	여	357	71.4	130	65	143	71.5	84	84
	합계	500	100	200	100	200	100	100	100
나이	20대	31	6.2	4	2	13	6.5	14	14
	30대	77	15.4	24	12	45	22.5	8	8
	40대	203	40.6	75	37.5	89	44.5	39	39
	50대	84	16.8	37	18.5	37	18.5	10	10
	60대이상	105	21	60	30	16	8	29	29
	합계	500	100	200	100	200	100	100	100
거주 기간	1년이하	160	32	54	27	76	38	30	30
	2년이하	151	30.2	91	45.5	47	23.5	13	13
	3년이하	88	17.6	29	14.5	35	17.5	24	24
	4년이하	65	13	15	7.5	29	14.5	21	21
	5년이하	36	7.2	11	5.5	13	6.5	12	12
	합계	500	100	200	100	200	100	100	100
이전 거주 주택 유형	민영 아파트	36	7.2	10	5	19	9.5	7	7
	LH아파트	29	5.8	8	4	8	4	13	13
	단독주택	284	56.8	114	57	113	56.5	57	57
	다세대	95	19	42	21	39	19.5	14	14
	연립주택	35	7	17	8.5	12	6	6	6
	기타	21	4.2	9	4.5	9	4.5	3	3
	계	500	100	200	100	200	100	100	100

제2절 기술통계

1. 타당도 및 신뢰도 분석

1) 타당도 분석(요인 분석)

타당도(Validity)란 검사도구가 측정하고자 하는 것을 얼마나 충실히 측정하였는가를 의미한다. 요인분석을 통해 적절히 요인으로 묶이지 않는 문항은 해당 요인을 측정하는 데 타당하지 못한 것으로 간주되어 검사문항에서 제외하거나 수정한다.²⁹⁾

29) 성태제(2007)

연구모형에서 제시한 27개의 문항을 대상으로 요인분석을 실시하였고, KMO(kaiser-Meyer-olkin)와 Bartlett's 검정결과 KMO값은 0.925이고³⁰⁾ Bartlett's 구형성 검정 통계값이 6078.192(자유도=351, 유의확률=0.000)로 타당도가 적합한 것으로 판단되었다.

<표 15 KMO와 Bartlett의 검정>

표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		.925
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	6078.192
	자유도	351
	유의확률	.000

타당도분석을 통해 당초 공급서비스 내용이었던 설문항목 중 ‘담당직원 필요 능력 감춤’, ‘임대절차 개선을 위한 노력’, ‘고객서비스 개선을 위한 지속적 노력’ 등 3가지 항목은 다른 요인으로 묶이므로, 이를 제거 후 24개 문항을 대상으로 통계분석을 실시하였다.

총 24개 항목을 대상으로 고유값이 1이상³¹⁾인 요인은 모두 4개로 추출되었고, 4개 요인의 총누적 설명 변량은 70.463%이다. 총 27개 변수를 대상으로 한 요인분석 결과에 의하면 제1요인은 서비스내용품질, 제2요인은 서비스과정품질, 제3요인은 서비스환경 품질, 제4요인은 사회적 품질로 묶여짐으로써, 기존 설정된 변수 중 3개 변수만 제외하고는 모두 일치하는 것으로 나타났다.

<표 16 설명된 총분산>

성분	초기 고유값			추출 제곱합 적재값			회전 제곱합 적재값		
	합계	% 분산	% 누적	합계	% 분산	% 누적	합계	% 분산	% 누적
1	12.710	47.075	47.075	12.710	47.075	47.075	5.322	19.712	19.712
2	2.411	8.930	56.006	2.411	8.930	56.006	4.883	18.086	37.798
3	1.569	5.813	61.819	1.569	5.813	61.819	4.333	16.047	53.845
4	1.277	4.730	66.549	1.277	4.730	66.549	2.647	9.803	63.648
5	1.057	3.915	70.463	1.057	3.915	70.463	1.840	6.816	70.463

추출 방법: 주성분 분석.

30) KMO값이 작다는 것은 변수 쌍의 상관이 다른 변수에 의해 설명되지 않는다는 것을 의미한다. KMO값은 0.9이상이면 상당히 좋은 것이고, 0.8이상이면 꽤 좋은 것이고, 0.7이상이면 적당한 것이며, 0.6이상이면 평범한 것이며, 0.5미만이면 받아들이 수 있는 것으로 평가할 수 있다(정충영, 2009: 70).

31) 고유값(eigenvalue)은 “변수 하나에 담겨진 정보의 양을 1이라고 했을 때, 추출된 요인(SPSS 출력에서는 성분으로 표시)에 포함된 상대적 정보의 양이 얼마인지를 보여주는 것”으로 해석된다. 요인의 고유값이 클수록 그 요인이 변수들의 분산을 잘 설명하는 것을 의미하며, 보통 고유값 1 이상을 갖는 요인들만 선택된다(안광호 외, 2011: 307).

<표 17 회전된 성분행렬>

		성분			
		1	2	3	4
서비스 과정 만족도	고객의 요구사항 이해	.762	.332	.266	.057
	성실하게 대응	.717	.352	.214	.094
	응대태도 친절	.688	.376	.300	.058
	사후서비스	.654	.336	.345	-.056
	정보제공	.546	.335	.310	-.051
	업무처리 체계적	.535	.205	.368	.225
사회적 품질	주거환경 개선에 기여	.235	.778	.119	.271
	자료보안 노력	.313	.753	.299	.166
	안전을 위해 노력	.283	.725	.285	.250
	업무처리절차 준수	.282	.708	.121	.123
	공정하게 대우	.296	.708	.266	.072
	주거안정에 기여	.316	.698	.163	.299
서비스 환경 만족도	사무실환경 쾌적	.420	.167	.849	-.084
	담당직원과 접촉 용이	.200	.150	.817	.169
	고객편의시설 청결	.163	.198	.802	.192
	안내표지판 설치	.281	.118	.785	.116
	상담실 단정	.288	.306	.711	.026
	직원 복장 단정	.420	.328	.598	.104
서비스 내용 만족도	정보 용이하게 얻음	.259	.523	.529	-.051
	임대료 부담이 적정	.161	.121	.040	.883
	이전 거주여건과 비교시 임대료 적정	.084	.069	.023	.852
	주거생활이 편리해짐	.081	.182	.114	.803
	주거환경이 좋아짐	.094	.224	.068	.776
	공급서비스 전문성	.414	.144	.223	.575

요인추출 방법: 주성분 분석.

회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

a. 6 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

2) 신뢰도 분석

신뢰도(Reliability)는 동일한 개념을 반복적으로 측정했을 때 나타나는 측정값의 분산을 의미하는 것으로 안정성(stability), 일관성(consistency), 예측가능성(predictability), 정확성(accuracy), 의존가능성(dependability) 등의 개념이 포함되어 있다. 일반적으로 크론바흐 알파값이 0.6이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 보고 있다.³²⁾신뢰도 계수 추정 방법에는 재검사신뢰도와 동형검사신뢰도, 반분검사신뢰도, 문항내적일관성신뢰도가 있는데, 문항내적일관성신뢰도는 검사를 구성하고 있는 문항 간의 일관성을 측정하는 것으로 크론바흐 알파가 많이 사용된다.³³⁾

32) 채서일(2005)

33) 성태제(2007)

<표18> 고객만족도에 대한 신뢰도 분석

측정 요소	측정항목	세부 내용	설문문항	매입임대 Cronbach-α	전세임대 Cronbach-α	소년가정 가정 Cronbach-α
고객 만족도 선행요 인	서비스 내용품질	전문성	Q1,2	.990	.979	.952
		혁신성	Q3,4			
		경제성	Q5,6,7			
	서비스 과정품질	지원성	Q8,9,10	.979	.943	.960
		대응성	Q11			
		공감성	Q12			
	서비스 환경품질	쾌적성	Q13,14,15	.909	.896	.800
		편리성	Q16,17			
		용이성	Q18			
	사회적 품질	청렴성	Q19,20	.954	.970	.968
		공익성	Q21,22			
		보안성	Q23			
총괄만족도		전반적 만족도	Q24	.954	.982	.902
		서비스 만족도	Q25			
		사회적 만족도	Q26			

다가구 매입임대 주택 고객만족도 조사에 사용된 변수들의 신뢰도 분석을 위해 Cronbach-α 계수를 사용하여 그 신뢰성을 분석하였다. 측정 변수에 대한 신뢰도는 전반적 연구의 측도인 0.6을 넘어 신뢰도가 높다고 할 수 있다. 고객만족도와 선행요인의 Cronbach-α는 .909~.990으로 신뢰할 만한 수준이었으며, 전체 항목을 대상으로 하면 .989로 나타났다. 제일 낮은 고객만족도 서비스 요인에 관한 사항 중 사회적 환경품질이 .909가 나옴으로 따라 신뢰도는 매우 강한 것으로 나타났다.

전세임대 주택 고객만족도 조사에 사용된 변수들의 신뢰도 분석을 위해 Cronbach-α 계수를 사용하여 그 신뢰성을 분석하였다. 측정 변수에 대한 신뢰도는 전반적 연구의 측도인 0.6을 넘어 신뢰도가 높다고 할 수 있다. 고객만족도와 선행요인의 Cronbach-α는 .896~.982으로 신뢰할 만한 수준이었으며, 전체 항목을 대상으로 신뢰도 조사를 하면 .989로 나타났다. 제일 낮은 고객만족도 서비스 요인에 관한 사항 중 서비스 환경 품질이 .896이 나옴으로 따라 신뢰도는 매우 강한 것으로 나타났다.

소년가정 전세지원 사업 고객만족도 조사에 사용된 변수들의 신뢰도 분석을 위해 Cronbach-α 계수를 사용하여 그 신뢰성을 분석하였다. 측정 변수에 대한 신뢰도는 전반적 연구의 측도인 0.6을 넘어 신뢰도가 높다고 할 수 있다. 고객만족도와 선행

요인의 Cronbach- α 는 .800~.968으로 신뢰할 만한 수준이었으며, 전체를 대상으로 신뢰도 조사를 한 결과 0.989로 나타났다. 제일 낮은 고객만족도 서비스 요인에 관한 사항 중 시설 및 이용환경도 .800이 나옴으로 따라 신뢰도는 매우 강한 것으로 나타났다.

2. 상관 분석

상관 분석 결과를 바탕으로 고객만족도와 선행요인 간의 관계를 설명할 수 있다. 이러한 연구 결과를 토대로 고객만족도와 선행요인은 상호 영향을 미치며 입주민의 고객만족도가 올라가면 선행요인이 올라가며, 선행요인이 높으면 고객만족도 또한 높다는 것이 입증된다. 특히 고객만족도를 구성하는 서비스 환경 품질 중 네 가지 항목을 제외하고는 유의미한 영향을 나타낸다는 상관 분석 결과가 나왔으며, 특히 다수 항목들이 .60~.80을 넘음으로써 고객요인들이 고객만족도에 상당한 영향을 끼친다는 것을 알 수 있다. 다가구매입임대에서는 서비스 환경품질 중 사무실 환경의 쾌적성, 고객편의 시설의 청결성, 안내표지판 설치 등이 상관관계가 다소 떨어지는 것으로 나타났다. 전세임대에서는 접촉의 용이성이 다소 상관관계가 떨어졌으며, 소년가정 전세지원 사업의 경우 서비스 환경 품질 요인 중 고객편의시설의 청결성, 안내 표지판 설치, 정보이용의 편리성과 사회적 품질 요인 중 업무처리절차 준수가 상관성이 다소 떨어지는 것으로 나타났다. 그 이외에 기타 항목은 전반적으로 고객만족도와 고객만족도를 구성하는 선행요인들의 상관관계는 높은 것으로 나타났다.

<표19> 고객만족도 선행요인과 고객만족도에 관한 상관 분석

구 분		전반적 만족도(매입임대)		전반적 만족도(전세임대)		전반적 만족도(소년가정)	
서비스 내용 품질	주거생활의 편리성	.744	.742	.755	.726	.687	.465
	거주여건 대비임대료	.775	.768	.702	.667	.536	.295
	주택규모 대비임대료	.745	.747	.720	.678	.415	.129
	공급서비스 전문성	.730	.743	.600	.551	.490	.245
	담당직원의 능력	.733	.742	.578	.531	.578	.402
	임대절차 개선	.702	.713	.725	.691	.755	.596
	고객서비스 개선노력	.776	.780	.756	.731	.837	.679
서비스 과정	업무처리절차 의체계성	.748	.713	.740	.709	.808	.663

품 질	성실하게 대응	.651	.613	.824	.789	.844	.711
	정보제공	.695	.693	.662	.617	.687	.548
	사후서비스	.765	.761	.607	.558	.729	.575
	담당 직원의 친절성	.742	.700	.810	.785	.798	.652
	고객의 요구사항 이해도	.813	.787	.807	.786	.905	.775
서비스 환경 품 질	사무실 환경의 쾌적성	.462	.316	.931	.911	.857	.893
	고객편의 시설의 청결성	.399	.320	.611	.605	.239	.215
	안내 표지판설치	.608	.488	.625	.621	.401	.544
	정보 이용의 편리성	.786	.832	.773	.777	-.111	.031
	접촉의 용이성	.868	.905	.452	.394	.826	.704
	복장단정	.864	.808	.680	.634	.924	.800
	상담실의 단정성	.669	.550	.855	.840	.897	.832
사회적 품 질	업무처리절차 준수	.885	.838	.676	.667	.252	.417
	공정한대우	.815	.894	.951	.923	.942	.792
	주거안정에 기여	.798	.746	.657	.620	.914	.787
	주거 환경 개선에 기여	.867	.823	.898	.880	.862	.721
	안전을 위한노력	.858	.902	.800	.781	.742	.584
	자료 보안을 위해 노력	.805	.886	.774	.745	.889	.825

3. 전반적 만족도

1) 전반적 만족도

500가구를 대상으로 한 고객만족도 조사에서 고객만족도에 관한 평균은 5.90으로 나왔으며, 소년가정 전세지원 사업의 거주자가가 기타 주거복지 사업인 매입임대주택이나 전세임대주택 보다 고객만족도가 높게 나왔다. 이것은 주택의 질적 영향도 있지만 취약계층의 특성상 보증금이나 임대료가 없는 소년가정 전세지원 사업의 고객만족도가 높다는 사실로 판단된다.

<표 20 전반적 고객만족도 분석(단위: 명, %, 7점 척도)>

구 분	만족도점수			
	평 균	매입임대	전세임대	소년가정
고객만족도 평균	5.90	5.67	6.01	6.11
전반적 주거 만족도	5.88	5.69	6.01	6.01
기대대비 만족도	5.91	5.7	6	6.17
LH공사에 대한 이미지 변화	5.90	5.64	6.04	6.16

고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인에 대한 만족도 분석 결과 평균적으로 사회적 품질 → 서비스과정 품질 → 서비스내용 품질 → 서비스 환경 품질 순의 점수를 보여주었다. 다만, 전세임대의 경우 서비스 과정 품질이 가장 높은 것으로 나타났다. 이것은 고객들이 고객만족도를 구성하는데 서비스의 품질보다는 서비스의 과정에서 만족도가 더 크다는 것을 알 수 있다. 이것은 상대적으로 전세임대라는 제도의 특성상 전세주택의 물량이 제한적이고, 계절적 요인으로 한꺼번에 많은 고객들이 비슷한 조건으로 주택을 물색하는 현상으로 주택을 공급함에 있어 전세임대주택 제도의 특성상 공급의 과정을 가장 중시하는 것으로 해석할 수 있다. 따라서 전세주택을 구하는 과정에서 서비스 과정 품질은 나머지 구성요인보다 만족도가 높다는 것으로 판단된다.

<표 21 요인별 고객만족도 분석(단위: 7점 척도)>

구 분	만족도점수			
	평균 (순위)	매입임대(순위)	전세임대(순위)	소년가정 (순위)
전반적 고객만족	5.90	5.67	6.01	6.11
서비스 내용품질	5.90(3)	5.77(2)	5.99(3)	5.96(4)
서비스 과정품질	5.93(2)	5.68(4)	6.03(1)	6.09(2)
서비스 환경품질	5.89(4)	5.75(3)	5.9(4)	6.03(3)
사회적 품질	5.99(1)	5.81(1)	6.01(2)	6.17(1)

2) 서비스 내용 품질 만족도

서비스 내용 품질 만족도는 주거환경, 전문성, 담당직원의 업무능력, 고객서비스 개선 노력, 주거생활이 편리, 거주여건 대비 임대료, 규모대비 임대료, 절차개선을 위한 노력을 통하여 측정하였다. 전체적으로 담당직원의 업무 능력에 대하여 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 고객서비스 개선 노력에 대한 고객만족도가 높은 것으로 나왔다. 상대적으로 거주여건 대비 임대료, 규모 대비 임대료가 낮게 나오으로써 취약계층에게 저렴한 보증금이나 임대료도 부담이 가는 것으로 나타났다. 다만 다가구 매입임대 주택의 경우 거주 대비 여건 임대료가 가장 고객만족도 점수가 높게 나왔으며, 주거생활 편리도 고객만족도 점수가 높은 것으로 나와 전세임대 주택이나 소년가정 전세지원과는 다른 결과를 나타냈다. 그것은 다가구 매입임대 주택의 저렴한 임대료, 보증금이 작용을 하였으며, 도심에 위치한 매입임대 주택의 영향으로 주거생활이 편리한 것이 영향을 미친 것으로 보인다.

<표 22 서비스내용 품질 만족도 분석(단위 : 7점 척도)>

구 분	만족도점수			
	평균(순위)	매입임대(순위)	전세임대(순위)	소년가정(순위)
주거환경이 좋아짐	5.82	5.78	5.83	5.88
전문성	5.84(4)	5.68(4)	5.92(4)	5.98(4)
담당직원의 업무능력	5.92(1)	5.71(3)	6.03(1)	6.14(1)
고객서비스 개선 노력	5.90(2)	5.66(5)	6.03(1)	6.11(2)
주거생활이 편리	5.79(5)	5.74(2)	5.81(5)	5.83(5)
거주여건 대비 임대료	5.71(6)	5.75(1)	5.72(6)	5.62(7)
규모대비 임대료	5.64(7)	5.61(7)	5.68(7)	5.64(6)
절차개선을 위한 노력	5.87(3)	5.63(6)	6.01(3)	6.09(3)

3) 서비스 과정 만족도

서비스 내용 품질 만족도는 절차의 체계성, 성실성, 채널의 다양성, 사후서비스, 친절성요구사항 이해를 측정하였다. 전체적으로 친절성에 대하여 고객만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 절차의 체계성, 요구사항 이해 등이 고객만족도가 높은 것으로 나왔다. 그것은 취약계층에 대한 주거복지 직원들의 친절 교육과 고객만족을 꾸준히 실천한 것이 높은 점수가 나온 것으로 해석된다. 또한 채널

의 다양성과 사후서비스가 상대적으로 고객만족도가 낮게 나오는 것으로 측정되어 실적 위주의 주거복지 목표 달성과 더불어서 주거복지 공급 이후 서비스 등의 사후 관리가 취약한 것으로 나타났다. 또한 다가구매입임대 주택의 경우 절차의 체계성과 성실성이 고객만족도가 상대적으로 높게 나온 것으로 볼 때 전세임대 주택이나 소년가정 전세지원 사업보다는 다가구 매입임대 주택의 공급이나 입주가 체계적으로 이루어졌다는 것을 알 수 있다.

<표 23 서비스과정 과정 만족도 분석(단위 : 7점 척도)>

구 분	만족도점수			
	평균(순위)	매입임대(순위)	전세임대(순위)	소년가정(순위)
절차의 체계성	5.93(2)	5.86(2)	5.94(6)	6.05(5)
성실성	5.87(4)	5.7(3)	5.97(5)	6(6)
채널의 다양성	5.70(6)	5.46(6)	5.74(5)	6.11(3)
사후서비스	5.86(5)	5.56(5)	6.03(3)	6.1(4)
친절성	6.08(1)	5.9(1)	6.21(1)	6.17(2)
요구사항 이해	5.95(3)	5.7(3)	6.09(2)	6.19(1)

4) 서비스 환경 만족도

서비스 환경 만족도는 사무실 환경의 쾌적성, 고객편의시설의 청결성, 안내표지판 설치, 정보취득의 편리성, 직원접촉 용이성, 직원복장 단정, 상담실의 단정성을 측정하였다. 전체적으로 직원복장 단정이 고객만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 고객편의시설의 청결성, 안내표지판 설치 등이 고객만족도가 높은 것으로 나왔다. 그것은 취약계층에 대한 주거복지시설의 투자 및 지속적인 직원의 교육으로 고객만족도의 성과가 나타난 것으로 해석된다. 또한 정보취득의 편리성과 직원접촉 용이성 등이 상대적으로 고객만족도가 낮게 나오는 것으로 측정되어 정보 제공이나 직원의 수가 부족하다는 것으로 해석할 수 있다.

<표 24 서비스 환경 만족도 분석(단위 : 7점 척도)>

구 분	만족도점수			
	평균(순위)	매입임대(순위)	전세임대(순위)	소년가정(순위)
사무실환경의 쾌적성	6.04(4)	6.03(3)	6.06(3)	6.03(5)
고객편의시설의 청결성	6.09(2)	6.06(1)	6.08(2)	6.15(2)
안내표지판 설치	6.05(3)	5.95(2)	6.02(5)	6.33(1)
정보취득의 편리성	5.70(7)	5.49(7)	5.75(6)	6.02(6)
직원접촉 용이성	5.74(6)	5.62(6)	5.74(7)	6(7)
직원복장 단정	6.18(1)	5.92(4)	6.45(1)	6.15(2)
상담실의 단정성	5.97(5)	5.81(5)	6.03(4)	6.15(2)

5) 사회적 품질 만족도

서비스 내용 품질 만족도는 업무처리절차 준수, 공정한 대우, 주거안정에 기여, 주거환경 개선에 기여, 안전을 위한 노력, 자료보안을 위해 노력을 측정하였다. 전체적으로 주거안정에 기여 항목이 고객만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 주거환경 개선이 고객만족도가 높은 것으로 나왔다. 그것은 취약계층에게 지원되는 주택들이 사회적 품질 요인을 높이는 것으로 풀이된다. 단순한 주택의 지원이 아닌 주거 안정과 환경 개선에 까지 영향을 미침으로써 주거복지 사업에 대한 가시적인 성과를 나타내는 것으로 해석된다. 또한 안전을 위한 노력이나 자료 보안을 위한 노력이 상대적으로 고객만족도가 낮게 나오는 것으로 나타나서 공기업이나 정부의 정부 관리는 개선 사항이 필요한 것으로 나타났다.

<표 25 사회적 품질 만족도 분석(단위 : 7점 척도)>

구 분	만족도점수			
	평균(순위)	매입임대(순위)	전세임대(순위)	소년가정(순위)
업무처리절차 준수	5.97(3)	5.88(2)	6.01(3)	6.07(6)
공정한 대우	5.96(4)	5.86(3)	5.97(4)	6.15(4)
주거안정에 기여	6.06(1)	5.95(1)	6.11(1)	6.17(1)
주거환경 개선에 기여	6.01(2)	5.86(3)	6.08(2)	6.16(3)
안전을 위한 노력	5.89(5)	5.68(6)	5.97(4)	6.17(1)
자료보안을 위해 노력	5.89(5)	5.72(5)	5.94(6)	6.14(5)

제3절 고객만족도 일원분산분석 및 T-test

앞에서 분석한 고객만족도 결과를 토대로 고객만족도 차이가 주거복지 사업의 유형과 개인적 특성(이전거주주택·거주기간·성별·연령)에 따라 통계적으로 유의한지를 일원분산분석(Anova)과 T-test를 통하여 가설을 검증하였다.

1. 주거복지 사업 유형에 따른 고객만족도 차이

타당도 분석에 의거하여 4가지 요인으로 분류된 서비스 내용 만족도, 서비스 과정 만족도, 서비스 품질 만족도, 사회적 품질 등을 바탕으로 일원분산분석(Anova)을 실시하였다. 전반적인 결과는 전반적 고객만족도, 서비스과정만족도, 서비스품질만족도, 사회적 품질 3가지 선행 요인에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 특히 통계적으로 유의미한 것으로 나온 전반적 고객만족도 등을 비롯하여 전반적으로 다가구 매입임대 주택보다는 전세임대 주택과 소년가정 전세지원 사업 주택의 고객만족도가 높은 것으로 나타났다. 그것은 수요자가 직접 본인의 주택을 선택하여 본인이 원하는 위치와 조건을 충족시킨 것이 취약계층 주거복지사업 유형중에서도 고객만족도가 높은 것으로 나타났다.

<표 26 임대주택 유형에 따른 만족도 일원분산분석>

구 분		N	평균	표준 편차	F	유의확률	사후검정
전반적 고객만족도	매입임대	200	5.69	1.024	7.211	.001	전세>매입 소년>매입
	전세임대	200	6.00	.786			
	소년가정	100	6.01	.915			
서비스 내용 만족도	매입임대	200	5.76	.945	3.657	.027	전세>매입 소년>매입
	전세임대	200	5.98	.708			
	소년가정	100	5.96	.886			
서비스 과정 만족도	매입임대	200	5.67	.971	13.380	.000	전세>매입 소년>매입
	전세임대	200	6.04	.693			
	소년가정	100	6.09	.668			
서비스 품질 만족도	매입임대	200	5.74	.935	6.231	.002	소년>매입 소년>전세
	전세임대	200	5.90	.830			
	소년가정	100	6.12	.832			
사회적 품질	매입임대	200	5.80	.872	7.751	.000	전세>매입 소년>매입
	전세임대	200	6.01	.750			
	소년가정	100	6.17	.697			

2. 성별에 따른 만족도 차이

남성과 여성의 성별에 따른 고객만족도를 측정하기 위하여 T-test를 통하여 남성과 여성의 차이점을 살펴보았다. 남성 143명과 여성 357명을 분석한 결과 등분산가정은 충족되었으나, 고객만족도측면에서 모든 항목은 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 다만, 전반적으로 남성과 여성의 고객만족도는 비슷한 수준으로 나타났으며, 고객만족도를 충족시키는 요인별로 남성과 여성의 평균이 서로 상이하게 높다는 사실을 알 수 있었다.

<표 27 성별에 따른 만족도 T-test>

구 분		N	평균	표준 편차	Levene		평균의 동질성	
					등분산검정		t-test	
					F	유의확률	t값	유의확률
전반적 고객만족도	남성	143	5.87	.9919	1.610	.205	-.090	.928
	여성	357	5.88	.8979				
서비스 내용 만족도	남성	143	5.95	.9063	.008	.929	1.016	.310
	여성	357	5.86	.8271				
서비스 과정 만족도	남성	143	5.96	.7909	1.845	.175	1.038	.300
	여성	357	5.87	.8477				
서비스 품질 만족도	남성	143	6.01	.8719	.497	.481	2.090	.037
	여성	357	5.83	.8835				
사회적 품질	남성	143	5.98	.8221	.026	.872	0.459	.647
	여성	357	5.94	.7951				

3. 연령에 따른 만족도 차이

연령에 따른 고객만족도 차이를 파악하기 위해서 일원분산분석(Anova)을 실시하였다. 등분산 가정을 충족시키는 방법으로는 Scheffe 방법을 사용하였으며, 등분산 가정을 충족시키지 못하는 경우 Dunnett의 T3를 사용하였다. 분석결과 전항목에 걸쳐서 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

<표 28 연령에 따른 만족도 일원분산분석>

구 분		N	평균	표준 편차	F	유의확률	사후검정
전반적 고객만족도	20대	6	5.50	1.64	.593	.705	
	30대	27	6.04	0.94			
	40대	85	5.80	0.87			
	50대	204	5.92	0.95			
	60대	77	5.83	0.92			
	70대이상	101	5.89	0.88			
서비스 내용 만족도	20대	6	5.83	0.98	1.136	.340	
	30대	27	6.04	0.81			
	40대	85	5.84	0.75			
	50대	204	5.96	0.81			
	60대	77	5.91	0.91			
	70대이상	101	5.74	0.96			
서비스 과정 만족도	20대	6	6.00	1.10	.795	.553	
	30대	27	6.11	0.58			
	40대	85	5.81	0.82			
	50대	204	5.88	0.92			
	60대	77	6.00	0.84			
	70대이상	101	5.89	0.68			
서비스 품질 만족도	20대	6	6.00	1.10	.334	.892	
	30대	27	5.96	1.29			
	40대	85	5.81	0.92			
	50대	204	5.90	0.85			
	60대	77	5.82	1.01			
	70대이상	101	5.93	0.67			
사회적 품질	20대	6	5.83	1.47	.522	.760	
	30대	27	5.92	0.72			
	40대	85	5.84	0.82			
	50대	204	5.98	0.87			
	60대	77	6.02	0.74			
	70대이상	101	5.97	0.63			

4. 이전거주주택에 따른 만족도

이전거주주택에 따른 고객만족도 차이를 파악하기 위해서 일원분산분석(Anova)을 실시하였다. 분석결과 전항목에 걸쳐서 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 다만 전반적으로 민영이나 LH아파트에 이전에 거주했던 것 보다는 다가구나 단독주택에 거주했던 입주민들의 만족도는 높은 것으로 나타났다. 그것은 취약계층의 거주 수준이 낮았음을 살펴볼 수 있었고, 주거복지사업의 지원으로 거주지가 안정적으로 변환 것을 알 수 있었다.

<표 29 이전 거주주택에 따른 고객만족도 평균비교>

구 분		N	평균	표준 편차	F	유의 확률	사후검정
전반적 고객만족도	다가구(단독)	282	5.9220	.85264	.542	.653	
	다세대(연립)	133	5.8195	.99875			
	민영아파트	35	5.7714	.91026			
	LH아파트	50	5.8800	1.11831			
서비스 내용 만족도	다가구(단독)	282	5.9504	.79881	1.254	.290	
	다세대(연립)	133	5.8271	.97321			
	민영아파트	35	5.8571	.69209			
	LH아파트	50	5.7400	.87622			
서비스 과정 만족도	다가구(단독)	282	5.9645	.77240	1.573	.195	
	다세대(연립)	133	5.8195	.96793			
	민영아파트	35	5.7143	.82503			
	LH아파트	50	5.9200	.75160			
서비스 품질 만족도	다가구(단독)	282	5.9149	.83508	.522	.667	
	다세대(연립)	133	5.8195	.90315			
	민영아파트	35	5.8000	.86772			
	LH아파트	50	5.9400	1.09563			
사회적 품질	다가구(단독)	282	6.0106	.77084	.979	.402	
	다세대(연립)	133	5.9173	.86204			
	민영아파트	35	5.8286	.82197			
	LH아파트	50	5.8800	.79898			

5. 거주기간에 따른 만족도

거주기간에 따른 고객만족도를 측정한 결과 전반적 만족도와 4가지 선행 요인 모두 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 그러나 고객만족도는 거주기간이 2-3년인 경우가 타 거주기간 보다 만족도가 높은 것으로 나와 거주기간이 짧은 것 보다는 주택에 적응했을 경우 고객만족도가 높다는 것을 알 수 있다. 또한 거주기간이 3년차부터는 고객만족도가 떨어지는 것을 알 수 있는데, 그것은 재계약에 대한 불안감과 임대주택 자격 유지가 큰 역할을 미친 것으로 판단된다.

<표 30 거주 기간에 따른 만족도 일원분산분석>

구 분		N	평균	표준 편차	F	유의 확률	사후검정
전반적 고객만족도	1년 이하	286	5.8566	.98608	.431	.502	
	2년 이하	90	5.8889	.85387			
	3년 이하	64	6.0000	.77664			
	4년 이하	27	5.7407	1.09519			
	5년 이상	33	5.9394	.65857			
서비스 내용 만족도	1년 이하	286	5.8497	.87165	.583	.805	
	2년 이하	90	6.0333	.72592			
	3년 이하	64	5.8750	.95119			
	4년 이하	27	5.8889	.80064			
	5년 이상	33	5.8788	.81997			
서비스 과정 만족도	1년 이하	286	5.9126	.84773	.584	.842	
	2년 이하	90	5.9556	.73303			
	3년 이하	64	5.9219	.78285			
	4년 이하	27	5.6296	1.21365			
	5년 이상	33	5.8788	.64988			
서비스 품질 만족도	1년 이하	286	5.8322	.93273	.997	1.281	
	2년 이하	90	6.0111	.67864			
	3년 이하	64	5.9375	.77408			
	4년 이하	27	5.7037	.99285			
	5년 이상	33	6.0303	1.01504			
사회적 품질	1년 이하	286	5.9161	.83768	.829	.507	
	2년 이하	90	6.0778	.70675			
	3년 이하	64	5.9844	.78664			
	4년 이하	27	5.8889	.89156			
	5년 이상	33	6.0303	.68396			

제4절 고객만족도 회귀분석

1. 다가구매입임대주택 고객만족도 분석

1) 통제변수 적용 이전(모델1)

통제변수 적용 이전 모델(모델1)에서는 4가지 고객만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

다중회귀모형에서 F값이 $p=.000$ 에서 76.056으로 나타났으며, 다중회귀식에서 R제곱의 값은 .609값을 보여 60.9%의 설명력을 보이고 있다. Durbin-Watson은 2.016으로 잔차들 간에는 상관관계 없이 독립적인 회귀모형으로 나타났다.

고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인의 t값을 살펴보면 서비스과정만족도의 t값이 4.679로 고객만족도에 가장 정(+)적인 영향을 미치고 있다. 그 뒤를 이어서 사회적 품질, 서비스내용만족도, 서비스품질만족도의 t값이 각각 4.194, -3.396, 1.850으로 나타나 서비스 내용만족을 제외하고는 모두 고객만족도에 정(+)의 영향을 미치고 있다. 다만 고객만족도에 나머지 세 가지 선행 요인은 유의미한 영향을 주는 것으로 나타난 데 반하여, 서비스의 품질은 고객만족도에 유의미한 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 고객만족도에 영향을 미치는 영향력의 크기를 베타(β)값을 통해 살펴보면 t값과 유사한 결과를 나타내는데 서비스과정만족도(.339) → 사회적품질(.264) → 서비스내용만족도(.201) → 서비스품질만족도(.124)순으로 나타나 t값과 같은 결과가 나타났다.

2) 통제변수 적용 이후(모델2)

통제변수를 적용하여 고객만족도를 측정한 모델2에서 종속변수에 영향을 미치는 통제변수로 연령, 성별, 거주기간, 이전거주지 4가지 요소를 투입하여 다중회귀분석을 실시하였다. 회귀모형은 F값이 $p=.000$ 에서 38.526로 나타났다. 다중회귀분석에 대한 모형에서는 $R^2=.617$ 로 61.7%의 설명력을 보여 통제변수 투입 이전과 비교하여 .609보다 1.8% 증가하였다. Durbin-Watson은 1.995으로 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 나타나서 다중회귀모형이 적합한 것으로 나타났다.

고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인의 t값을 살펴보면 서비스과정만족도와 사회적 품질의 t값이 4.767로 고객만족도에 가장 정(+)적인 영향을 미치고 있다. 그 뒤를 이어서 서비스 내용 만족도, 서비스 품질 만족도의 t값이 각각 3.414, 1.899로 고객만족도에 정(+)의 영향을 미치고 있다. 다만 고객만족도에 나머지 세 가지 요인은 통계적으로 유의미한 영향을 주는 것으로 나타난 데 반하여, 서비스의 품질은 고객만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 고객만족도에 영향을 미치는 영향력의 크기를 베타(β)값을 통해 살펴보면 t값과 유사한 결과를 나타내는데 사회적품질(.349), 서비스내용만족도(.349) → 서비스과정만족도(-.204) → 서비스품질(.129)순으로 나타나 t값과 같은 결과가 나타났다.

<표 31 다가구임대 주택에 대한 다중회귀분석 결과>

변수		종속변수 : 고객만족도									
		모델1					모델2				
		표준 오차	Beta	t값	유의 확률	공차 한계	표준 오차	Beta	t값	유의 확률	공차 한계
상수		.351	-	-.477	.634	-	.440	-	-1.343	.181	-
독립 변수	서비스 내용 만족도	.064	.201**	-3.396	.001	.574	.065	-.204**	3.414	.001	.559
	서비스 과정 만족도	.076	.339**	4.679	.000	.383	.077	.349**	4.767	.000	.373
	서비스 품질 만족도	.074	.124	1.850	.066	.443	.074	.129	1.899	.059	.437
	사회적 품질	.074	.264**	4.194	.000	.507	.075	.349**	4.767	.000	.373
통제 변수	연령						.004	.049	1.067	.287	.948
	성별						.097	.036	.798	.426	.969
	거주 기간						.040	.050	1.093	.276	.943
	이전 거주지						.019	.058	1.273	.205	.955
통계량		R=.781, R 제곱 = .609 수정된 R 제곱 = .601 F=76.056, 유의확률=.000 Durbin-Watson=2.016					R=.786, R 제곱 = .617 수정된 R 제곱 = .601 F=38.526, 유의확률=.000 Durbin-Watson=1.995				

주) **p<.05

2. 전세임대 주택 고객만족도 분석

1) 통제변수 적용 이전(모델1)

전세임대 주택의 통제변수 적용 이전 모델(모델1)에서는 4가지 고객만족도에 영향을 미치는 선행 요인을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

다중회귀모형에서 F값이 p=.000에서 58.596으로 나타났으며, 다중회귀식에서 R제곱의 값은 .546값을 보여 54.6%의 설명력을 보이고 있다. Durbin-Watson은 1.767로 잔차들 간에는 상관관계 없이 독립적인 회귀모형으로 나타났다.

고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인의 t값을 살펴보면 사회적품질 만족도의 t값이 5.342로 고객만족도에 가장 정(+)적인 영향을 미치고 있다. 그 뒤를 이

어서 서비스과정만족도, 서비스내용만족도, 서비스품질만족도의 t값이 각각 4.097, 2.394, 1.990으로 나타나 모두 고객만족도에 정(+)의 영향을 미치고 있다. 다만 고객만족도에 나머지 세 가지 선행 요인은 유의미한 영향을 주는 것으로 나타난 데 반하여, 서비스의 품질은 고객만족도에 유의미한 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 고객만족도에 영향을 미치는 영향력의 크기를 베타(β)값을 통해 살펴보면 t값과 유사한 결과를 나타내는데, 사회적품질(.366) → 서비스과정만족도(.274) → 서비스내용만족도(.138) → 서비스품질만족도(.116)순으로 나타나 t값과 같은 결과가 나타났다.

2) 통제변수 적용 이후(모델2)

통제변수를 적용하여 고객만족도를 측정한 모델2에서는 변수 중에 종속변수에 영향을 미칠 것으로 통제변수를 연령, 성별, 거주기간, 이전거주지 4가지 요소를 투입하여 다중회귀분석을 실시하였다. 회귀모형은 F값이 $p=.000$ 에서 29.288로 나타났다. 다중회귀식에 대한 모형에서는 $R^2=.551$ 로 55.1%의 설명력을 보여 통제변수 투입 이전과 비교하여 .546보다 0.5% 증가하였다. Durbin-Watson은 1.794로 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 나타나서 다중회귀모형이 적합한 것으로 나타났다.

고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인의 t값을 살펴보면 서비스과정만족도와 사회적 품질의 t값이 5.264로 고객만족도에 가장 정(+)적인 영향을 미치고 있다. 그 뒤를 이어서 서비스 과정만족도, 서비스 내용 만족도, 서비스 품질 만족도의 t값이 각각 3.911, 2.282, 2.113로 고객만족도에 정(+)의 영향을 미치고 있다. 고객만족도에 있어서 4 가지 선행 요인 모두 유의미한 영향을 주는 것으로 나타난 것으로 나타났다. 고객만족도에 영향을 미치는 영향력의 크기를 베타(β)값을 통해 살펴보면 t값과 유사한 결과를 나타내는데 사회적품질(.365), 서비스과정만족도(.268) → 서비스내용만족도(.134) → 서비스품질(.124)순으로 나타나 t값과 같은 결과가 나타났다.

<표 32 전세임대 주택에 대한 다중회귀분석 결과>

변수		종속변수 : 고객만족도									
		모델1					모델2				
		표준 오차	Beta	t값	유의 확률	공차 한계	표준 오차	Beta	t값	유의 확률	공차 한계
상수		.395	-	.643	.521	-	.475	-	.446	.656	-
독립 변수	서비스 내용 만족도	.064	.138**	2.394	.018	.698	.065	.134**	2.282	.024	.678
	서비스 과정 만족도	.076	.274**	4.097	.000	.519	.078	.268**	3.911	.000	.501
	서비스 품질 만족도	.055	.116**	1.990	.048	.690	.056	.124**	2.113	.036	.680
	사회적 품질	.072	.366**	5.342	.000	.495	.073	.365**	5.264	.000	.490
	통제 변수										
통제 변수	연령						.003	.000	.008	.994	.916
	성별						.097	.039	.792	.430	.960
	거주 기간						.040	-.043	-.838	.403	.912
	이전 거주지						.019	-.045	-.838	.376	.911
통계량		R=.739, R 제곱 = .546 수정된 R 제곱 = .537 F=58.596, 유의 확률=.000 Durbin-Watson=1.767					R=.742, R 제곱 = .551 수정된 R 제곱 = .532 F=29.288, 유의 확률=.000 Durbin-Watson=1.794				

주) **p<.05

3. 소년가정 전세지원 사업 고객만족도 분석

1) 통제변수 적용 이전(모델1)

소년가정 전세지원 사업의 통제변수 적용 이전 모델(모델1)에서는 4가지 고객만족도에 영향을 미치는 선행 요인을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

다중회귀모형에서 F값이 p=.000에서 30.408으로 나타났으며, 다중회귀식에서 R제곱의 값은 .561값을 보여 56.1%의 설명력을 보이고 있다. Durbin-Watson은 2.199로 잔차들 간에는 상관관계 없이 독립적인 회귀모형으로 나타났다.

고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인의 t값을 살펴보면 사회적품질의 t값이 5.017로 고객만족도에 가장 정(+)적인 영향을 미치고 있다. 그 뒤를 이어서 서비스내용만족도, 서비스품질만족도, 서비스과정만족도의 t값이 각각 3.433, 1.015, .065으로 나타나 모두 고객만족도에 정(+)의 영향을 미치고 있다. 다만 고객만족도에 나머지 세 가지 요인은 유의미한 영향을 주는 것으로 나타난 데 반하여, 서비스의 품질은 고객만족도에 유의미한 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 고객만족도에 영향을 미치는 영향력의 크기를 베타(β)값을 통해 살펴보면 t값과 유사한 결과를 나타내는데, 사회적품질(.648) → 서비스내용만족도(.315) → 서비스품질만족도(.091) → 서비스과정만족도(.009)순으로 나타나 t값과 같은 결과가 나타났다.

2) 통제변수 적용 이후(모델2)

통제변수를 적용하여 고객만족도를 측정한 모델2에서는 변수 중에 종속변수에 영향을 미칠 것으로 통제변수를 연령, 성별, 거주기간, 이전거주지 4가지 요소를 투입하여 다중회귀분석을 실시하였다. 회귀모형은 F값이 $p=.000$ 에서 29.288로 나타났다. 다중회귀식에 대한 모형에서는 $R^2=.587$ 로 58.7%의 설명력을 보여 통제변수 투입 이전과 비교하여 .561보다 2.6% 증가하였다. Durbin-Watson은 2.230로 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 나타나서 다중회귀모형이 적합한 것으로 나타났다.

고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인의 t값을 살펴보면 사회적 품질의 t값이 4.784로 고객만족도에 가장 정(+)적인 영향을 미치고 있다. 그 뒤를 이어서 서비스 내용만족도, 서비스 품질만족도, 서비스 과정만족도의 t값이 각각 3.181, 1.458, 0.056로 고객만족도에 정(+)의 영향을 미치고 있다. 고객만족도에 있어서 4가지 요인은 모두 유의미한 영향을 주는 것으로 나타난 것으로 나타났다. 고객만족도에 영향을 미치는 영향력의 크기를 베타(β)값을 통해 살펴보면 t값과 유사한 결과를 나타내는데 사회적품질(.478) → 서비스내용만족도(.288) → 서비스과정만족도(.122) → 서비스품질(.006)순으로 나타나 t값과 같은 결과가 나타났다.

<표 33 소년가정 전세지원 사업에 대한 다중회귀분석 결과>

변수		종속변수 : 고객만족도									
		모델1					모델2				
		표준 오차	Beta	t값	유의 확률	공차 한계	표준 오차	Beta	t값	유의 확률	공차 한계
상수		.633	-	-.749	.456	-	.475	-	.446	.656	-
독립 변수	서비스 내용 만족도	.092	.315**	3.433	.001	.585	.094	.288**	3.181	.002	.552
	서비스 과정 만족도	.146	.009**	.065	.948	.409	.147	.006	.056	.955	.394
	서비스 품질 만족도	.089	.091	1.015	.313	.702	.092	.122	1.458	.148	.644
	사회적 품질	.129	.648**	5.017	.000	.478	.131	.478**	4.784	.000	.454
통제 변수	연령						.178	.145	2.025	.046	.885
	성별						.004	-.020	-.278	.781	.897
	거주 기간						.022	-.107	-1.472	.144	.865
	이전 거주지						.006	-.027	-.384	.702	.937
통계량		R=.749, R 제곱 = .561 수정된 R 제곱 = .543 F=30.408, 유의확률=.000 Durbin-Watson=2.199					R=.766, R 제곱 = .587 수정된 R 제곱 = .551 F=29.288, 유의확률=.000 Durbin-Watson=2.230				

주) **p<.05

제5절 소 결

이 장에서 논의한 고객만족도 기초분석, 고객만족도에 대한 일원분산분석(Anova) 및 T-test, 고객만족도 영향요인에 대한 결과를 분석하면 다음과 같다.

취약계층 주거복지 사업의 지원을 대상으로 한 입주민 고객만족도는 7점 만점 기준에 5.90으로 나왔으며, 취약계층 중 다가구 매입임대 주택 거주자의 평균 점수는 5.67, 전세임대 주택 거주자의 평균 점수는 6.01, 소년가정 전세지원 사업 평균 점수는 6.11로 소년가정 전세지원 사업 입주자의 평균 고객만족도가 취약계층 중에서 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 취약계층에게 제공되는 임대주택은 보증금과 임대료가 영향을 많이 미친다는 사실을 알 수 있다. 전세임대주택의 입주자 고객만족도가 높은 것으로 보아 본인이 직접 구한 주택에서 더 높은 고객만족도를 느낀다는 사실을 알 수 있다.

또한 고객만족도에 영향을 미치는 4가지 개별요인에 대한 고객만족도를 비교하면, 서비스 내용 만족도를 제외하고는 서비스 과정만족도, 서비스 품질 만족도, 사회적 품질에서 모든 고객만족도 선행 요인에서 소년가정 전세지원 사업 주택 입주자의 고객만족도가 가장 높은 것으로 나타났다. 다만 서비스 내용 만족도는 전세임대 주택이 가장 높게 나왔으며, 매입임대 주택은 4가지 개별 요인 모두에서 고객만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 4가지 개별 요인 중에서 서비스 내용 고객만족도가 가장 낮게 나타나는 것으로 나타났다.

일원분산분석(Anova)을 통하여 주거복지 사업 유형 간 고객만족도에 대한 유의성을 검정한 결과, 서비스 내용 만족도, 서비스 과정 만족도, 서비스 품질 만족도, 사회적 품질 모두 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 대부분의 고객만족도 요소 중에서 소년가정 전세지원 사업의 만족도가 가장 높으며, 다가구 매입임대의 고객만족도가 낮다는 것을 알 수 있다.

<표 34 주택유형 간 만족도 평균값 비교 결과 요약>

구분	전반적 고객만족도	서비스내용 만족도	서비스과정 만족도	서비스품질 만족도	사회적품질 만족도
크기	소년가정> 전세>매입	전세임대> 소년가정>매입	소년가정> 전세>매입	소년가정> 전세>매입	소년가정> 전세>매입
유의성*	유의함	유의함	유의함	유의함	유의함

* 유의수준 5%에서의 유의성을 의미함

이상의 분석결과를 토대로 앞에서 설정한 가설에 대해서 다음과 같이 결론내릴 수 있다.

가설	가설기각·채택여부 (유의수준 5%)
1. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 고객만족도는 차이가 없다	기각
1-1. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 서비스내용 만족도는 차이가 없다.	기각
1-2. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 서비스과정 만족도는 차이가 없다.	기각
1-3. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 서비스품질 만족도는 차이가 없다	기각
1-4. 취약계층 주거복지 사업 유형 간 사회적품질 만족도는 차이가 없다	기각

취약계층 주거복지사업을 대상으로 다중회귀 분석한 결과, 사회적 품질 → 서비스 내용 만족도 → 서비스 과정 → 서비스 품질 만족도 순으로 고객만족도에 영향을 미치며 소년가정 전세지원 사업의 선행 요인 중 서비스 과정 만족도와 서비스 품질 만족도, 다가구매입임대주택 중 서비스 품질 만족도는 통계적으로 유의미하지 않는 것으로 나타났고, 나머지 선행 요인들은 취약계층 주거복지 사업에 모두 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 35 주택유형별 고객만족도 다중회귀분석 결과>

변수		매입임대(N=200)			전세임대(N=200)			소년가정(N=100)		
		표준 오차	Beta	유의 확률	표준 오차	Beta	유의 확률	표준 오차	Beta	유의 확률
독립 변수	서비스 내용 만족도	.065	-.204**	.001	.065	.134**	.024	.094	.288**	.002
	서비스 과정 만족도	.077	.349**	.000	.078	.268**	.000	.147	.006	.955
	서비스 품질 만족도	.074	.129	.059	.056	.124**	.036	.092	.122	.148
	사회적 품질	.075	.349**	.000	.073	.365**	.000	.131	.478**	.000
	R ²	.617			.551			.587		
수정된 R ²		.601			.532			.551		

주) **p<.05

이상의 분석결과를 토대로 앞에서 설정한 가설에 대해서 다음과 같이 결론내릴 수 있다.

가설	가설기각·채택여부 (유의수준 5%)
2. 고객만족도 선행요인은 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.	기각
2-1. 서비스내용만족도는 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.	기각
2-2. 서비스과정만족도는 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.	채택
2-3. 서비스품질만족도는 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.	채택
2-4 사회적품질만족도는 고객만족도에 영향을 미치지 못한다.	기각

다가구매입임대 주택을 대상으로 한 다중회귀분석 결과, 서비스 과정 만족도, 사회적 품질 → 서비스 내용 만족도 → 서비스 품질 만족도 순으로 고객만족도에 영향을 미치며, 서비스 내용 만족도, 서비스 과정 만족도, 사회적 품질은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

전세임대주택을 대상으로 한 다중회귀분석 결과, 사회적 품질 → 서비스 과정 만족도 → 서비스 품질 만족도 → 서비스 내용 만족도 순으로 고객만족도에 영향을 미치며 4가지 고객만족도 선행요인 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

소년가정 전세지원주택을 대상으로 한 다중회귀분석 결과, 사회적 품질 → 서비스 내용 만족도 → 서비스 품질 만족도 → 서비스 내용 만족도 순으로 고객만족도에 영향을 미치며, 사회적 품질과 서비스 내용 만족도는 통계적으로 유의미하지 한 것으로 나타났고, 서비스 과정 만족도, 서비스 품질 만족도 2가지 고객만족도 선행요인은 통계적으로 유의미하지 않는 것으로 나타났다.

즉, 취약계층 주거복지 사업에는 고객만족도 선행요인 중 사회적 품질이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다가구 매입임대 주택은 서비스 과정 만족도도 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 취약계층 주거복지사업별로 고객만족도에 영향을 미치는 요인이 차이가 있음을 알 수 있다.

제5장 결론 및 논의

제1절 연구 결과의 요약 및 논의

본 연구는 한국토지주택공사라는 공기업을 중심으로 공기업에서 매년 실시하는 고객만족도 조사 및 분석에 관한 연구를 바탕으로 하고 있다. 매년 실시하는 고객만족도 조사의 선행요인이 고객만족도에 어떤 영향을 미치는가에 대한 연구와 더불어서 선행요인 이외의 요인과 고객만족도 간의 상관관계를 연구하였다. 이를 위해 한국토지주택공사 취약계층 중에서 임대주택에 거주하는 고객 500명을 대상으로 설문조사를 실시하여 그 결과를 도출하였다. 매입임대 입주자 200명, 전세임대 입주자 200명, 소년가정 전세사업 입주자 100명을 대상으로 시행하였다. 이 장에서는 연구결과를 요약하고, 향후 연구 방향과 한계에 대하여 제언을 하고자 한다.

본 연구에는 고객만족도를 크게 주거복지 서비스의 내용만족도, 과정만족도, 품질만족도, 사회적 품질 등 4가지로 나누었으며 그것을 다시 세부적으로 20개의 항목으로 나누어 설문조사를 시행하였다. 또한 고객만족도에 영향을 미치는 선행요인을

크게는 서비스 내용 만족도, 서비스 과정 만족도, 서비스 품질 만족도, 사회적 품질 등 4가지 항목으로 나누어 시행하였다. 고객만족도 조사 방법과 선행요인에 관한 평가는 매년 공기업에서 실시하는 PCSI의 기본적인 척도에 의거하여 시행하였으며, 그 이외의 부분은 선행연구를 바탕으로 기업의 고객만족도와 선행요인을 한국토지주택공사라는 공기업에 맞게 재구성하여 연구를 진행하였다. 이 설문항목들과 척도들을 바탕으로 설문문항을 작성하여 한국토지주택공사에 거주하는 500명의 입주자에게 설문조사를 하고 분석하는 방법을 사용하였다.

1. [가설1]에 대한 결과 요약 및 논의

한국토지주택공사의 고객만족도에 영향을 미치는 선행 요인들을 크게 내용만족도, 과정만족도, 품질만족도, 사회적 품질 네 가지로 구분하여 그 세부적인 항목들 중에서 고객만족도에 어떤 영향을 미치는 선행 요인들이 있는지에 대하여 연구를 시행하였다.

매입임대 주택의 경우 세 가지 주거복지 사업 유형 중에서 고객만족도가 평균적으로 가장 낮게 나오고 있는 것으로 나왔다. 소년가정 전세지원 사업의 전반적 만족도가 (서비스 내용 만족도를 제외) 3가지 고객만족도에 영향을 미치는 선행 요인들과 더불어서 고객만족도가 가장 높은 것으로 나타났다. 전반적 만족도는 소년가정 전세지원 사업 → 전세임대 주택 → 매입임대 주택 순으로 고객만족도가 높은 나타났다. 고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인들은 통계적으로 모두 유의미한 것으로 나타났다. 고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인들 중에는 사회적 품질이 가장 높은 고객만족도 수치를 나타냈고, 서비스 내용 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 매입임대 주택의 경우 소년가정 전세지원 사업이나 전세임대 주택 보다 고객만족도가 낮게 나타났는데, 그것은 임대주택을 본인이 선택할 수 없고, 타인과의 지속적인 교류가 나타나는 다가구 및 단독 주택의 생활이 불편한 것으로 측정되어 전반적인 고객만족도가 낮은 것으로 나타났다.

2. [가설2]에 대한 결과 요약 및 논의

한국토지주택공사의 고객만족도에 영향을 미치는 선행 요인을 크게 서비스 내용만족도, 과정만족도, 품질만족도, 사회적 품질 네 가지로 구분하여 그 세부적인 항목들 중에서 고객만족도에 어떤 영향을 미치는 선행 요인들이 있는지에 대하여 연구를 시행하였다.

매입임대 주택의 경우, 고객만족도에 영향을 미치는 4가지 요인은 통제변수 4가지(연령, 성별, 거주기간, 이전거주지)를 포함한 경우 수정된 R 제곱이 .617를 나타냄으로 61.7%의 정확도를 보이고 있었다. 특히 고객만족도에 영향을 미치는 선행 요인 중 서비스 내용만족도, 서비스 과정만족도, 서비스 품질만족도, 사회적 품질 네 가지 중 서비스 품질만족도만 유의미하지 않고, 나머지 세 가지 요인은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 특히 사회적 품질과 서비스 과정 만족도가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, 서비스 내용 만족도 → 서비스 품질 만족도 순으로 가장 영향이 큰 것으로 나타났다.

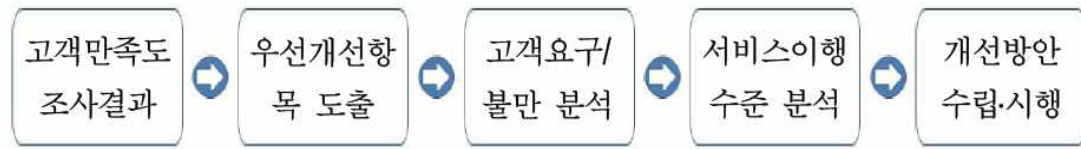
전세임대 주택의 경우, 고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인은 통제변수 4가지(연령, 성별, 거주기간, 이전거주지)를 포함한 경우에는 수정된 R 제곱이 .551를 나타냄으로 55.1%의 정확도를 보이고 있었다. 특히 고객만족도에 관한 항목 중 서비스 내용만족도, 과정만족도, 품질만족도, 사회적 품질 네 가지 모든 항목에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 특히 사회적 품질이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, 서비스 과정 만족도 → 서비스 내용 만족도 → 서비스 품질 만족도 순으로 영향이 큰 것으로 나타났다.

소년가정 전세지원 사업의 경우, 고객만족도에 영향을 미치는 4가지 선행 요인은 통제변수 4가지(연령, 성별, 거주기간, 이전거주지)를 포함한 경우에는 수정된 R 제곱이 .587이 나옴으로써 58.7%의 정확도를 보이고 있었다. 특히 사회적 품질이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, 서비스 내용 만족도 → 서비스 품질 만족도 → 서비스 과정 만족도 순으로 가장 영향이 큰 것으로 나타났다.

제2절 이론적 및 정책적 함의

본 연구와 더불어 현재까지의 고객만족도나 선행요인에 관한 연구는 모두 개념적 정의나 고객만족도에 영향을 끼치는 요인에 한정해서 활발하게 연구된 것이 현실이다. 그러나 이 연구를 포함하여 특정 기업에 고객만족도가 어떤 영향을 끼치고 선행요인 향상에 어떻게 활용할 수 있는지에 관한 사례는 많지 않은 실정이다. 이 연구에서는 고객만족도와 선행요인에 영향을 끼치는 다양한 요인과 서로의 상관관계에 관한 연구를 다루고 있다. 이 연구를 확대하여 기업에 어떻게 활용할 수 있는지에 관한 연구에 대하여 검토해 보면 고객만족경영은 고객의 소리(VOC ; Voice of Customer)를 바탕으로 그 불만이나 요구사항에 대하여 듣는 것을 시작으로 시행되어야 할 것이다. 고객의 소리를 반영하고, 고객만족도 조사의 서비스 개선을 통한 프로세스를 요약하면 그림과 같이 정리할 수 있다.

<그림10> 고객만족도의 서비스개선 프로세스



출처 : 최찬섭(2012)

1. 고객만족도에 미치는 요인 분석

고객만족도의 고객만족을 극대화시키기 위하여 만족수준과 중요도에 관한 연구가 중요해진 것이다. 집중과 선택의 여부를 결정하여 모든 요소를 다 충족시켜 줄 수 없는 경우에는 중요도와 실행 가능 여부를 측정하여 그것의 우선순위를 부여하여 개선여부를 결정할 필요가 있다. 그것을 위하여 Martilla & James(1977)이 고안한 IPA(Importance Performance Analysis)기법을 활용하여 그 요소나 위치에 따라 분류할 수 있다.

1분면에 위치한 요인들의 평가 속성은 중요도가 높지만 만족도가 낮아서 개선 시 최우선적으로 고려(Concentrate Here)되어야 할 요인들이다. 2분면에 위치한 요인들은 중요도와 만족도가 모두 높아서 비교적 관리가 잘 이루어지고 있는 것으로 계속 유지 (Keep up the good work)해 나가는 것이 바람직하다. 3분면은 중요도와 만족도가 모두 낮은 요인들로 우선 개선항목 도출 시 우선 순위가 낮은(Low Priority) 요인들이다. 4분면은 만족도는 높지만 중요도가 낮은 요인들로 만족을 위한 노력의 과잉(Possible Overkill)이 발생하고 있으므로 실행을 줄이거나 제거해도 된다.

<표36>는 각 분면의 품질 요인에 대한 상황을 분석하고 조직의 대응 방향을 정리한 것이다. IPA기법의 장점은 전체품질 요인의 상황과 함께 시계열자료를 추가할 때는 각 품질요인의 만족도와 중요도의 변화 상황을 전체적으로 파악할 수 있지만 한 분면에 포함된 품질 요인간의 개선 우선순위를 정확하게 구분할 수 없다는 단점이 있다.³⁴⁾ 본 단위에서는 고객만족도와 선행요인에 영향을 끼치는 요인들을 분석하여 보완하고 개선할 부분들을 1~4분면으로 나누어 우선순위를 통하여 개선사항을 도출하고자 한다.

34) 최찬섭(2012)

<표36> IPA기법을 활용한 우선개선항목 도출

구 분	내 용	개 선 요 인
1분면	만족도 低 중요도 高	고객이 중요하게 생각하지만 만족도가 낮은 품질요인으로 서비스나 제품 경쟁력의 가장 큰 약점 가장 시급한 개선과제이므로 최우선 개선전략이 필요
		대안 : 서비스품질수준은 높는데 반해 만족도가 낮은 경우는 서비스목표수준(표준)이 고객의 기대에 미치지 못하는 상황을 의미 따라서 서비스목표수준을 재검토
2분면	만족도 高 중요도 高	고객이 중요하게 인식하며 높은 만족수준을 유지하는 품질요인으로 서비스나 제품이 가진 전략적 강점에 해당, 현상유지 또는 외부환경변화에 따른 확장전략이 필요
		대안 : 만족도와 서비스품질수준이 모두 높은 경우로 현재 품질수준을 유지하는 데 주력
3분면	만족도 高 중요도 低	고객이 중요하지 않게 인식하지만 만족도가 높은 품질요인으로 조직의 자원이 필요이상 과다하게 투입되는 경우 현상유지 전략 또는 내부경영상황에 따라 축소전략이 필요
		대안 : 서비스품질수준이 목표수준에 미흡하지만 만족수준이 높은 경우로서 서비스 목표수준(표준)을 낮추는 방안을 검토
4분면	만족도 低 중요도 低	고객이 중요하지 않게 인식하고 만족도도 높지 않은 품질요인으로 고객의 불만을 발생하지 않는 한도 내에서 최소-최적화 전략이 필요
		대안 : 만족도와 서비스품질수준이 모두 낮은 경우로 현재 품질수준을 제고하고 상황에 따라 서비스 목표수준(표준)을 높이는 것을 고려

출처 : 최찬섭(2012)

1) 매입임대 주택

구 분	내 용	개 선 요 인
1분면	만족도 低 중요도 高	정보이용의 편리성, 접촉의 용이성, 정보제공, 사후서비스, 정보이용의 편리성, 접촉의 용이성, 주택규모 대비 임대료, 공급서비스 전문성, 임대절차 개선 노력, 고객서비스 개선 노력
2분면	만족도 高 중요도 高	그 이외 모든 요인
3분면	만족도 高 중요도 低	업무처리 절차의 체계성, 정보제공, 고객의 요구사항 이해도, 고객 편의 시설의 청결성, 업무처리 절차준수, 주거환경 개선에 기여,
4분면	만족도 低 중요도 低	안전을 위한 노력

매입임대 주택 고객만족도의 영향을 미치는 요인의 경우 4분면에 위치한 안전을 위한 노력은 만족도도 중요도도 높지 않은 것으로 나타났다. 1분면에 속한 정보이용의 편리성, 접촉의 용이성, 정보제공, 사후서비스, 정보이용의 편리성, 접촉의 용이성, 주택규모 대비 임대료, 공급서비스 전문성, 임대절차 개선 노력, 고객서비스 개선 노력 등은 낮은 것으로 나타나 매입임대주택에 대한 여러 부분 중에서 최우선적으로 고객만족도를 향상시키기 위하여 보완이 필요한 것으로 나타났다. 이것은 주택을 직접 물색할 수 없는 매입임대의 경우 그 해당 지역에 대한 주변 환경의 불만과 더불어 각종 임대료가 높게 인지되고 있는 점이 특징이다. 그 이외의 대부분의 품질 요인들은 만족도와 중요도가 높은 2분면에 위치하는 것으로 나타났다.

2) 전세임대 주택

구 분	내 용	개 선 요 인
1분면	만족도 低 중요도 高	공정한 대우, 안전을 위한 노력, 자료보안을 위한 노력, 정보이용의 편리성, 접촉의 용이성, 업무처리 절차의 체계성, 성실하게 대응(성실성), 정보제공, 주거환경, 주거생활의 편리성, 주택규모 대비 임대료, 거주여건 대비 임대료, 주거생활의 편리성
2분면	만족도 高 중요도 高	그 이외 모든 요인
3분면	만족도 高 중요도 低	임대공급서비스, 고객의 요구사항 이해도, 정보이용의 편리성, 업무처리절차 준수
4분면	만족도 低 중요도 低	해당항목 없음

전세임대 주택의 경우 3분면에 위치한 임대공급서비스, 고객의 요구사항 이해도, 정보이용의 편리성, 업무처리절차 준수 등은 만족도는 높은 편이나 고객 입장에서 중요도는 크게 높지 않은 것으로 나타났다. 1분면에 속한 공정한 대우, 안전을 위한 노력, 자료보안을 위한 노력, 정보이용의 편리성, 접촉의 용이성, 업무처리 절차의 체계성, 성실하게 대응(성실성), 정보제공, 주거환경, 주거생활의 편리성, 주택규모 대비 임대료, 거주여건 대비 임대료, 주거생활의 편리성 등은 낮은 것으로 나타나 전세임대주택 고객만족도 향상에 최우선적으로 보완이 필요한 것으로 나타났다. 이것은 전세자금을 지원 받는 시기가 거의 유사하며, 주택을 물색하는 시기가 거의 비슷한데서 오는 불편함 때문에 정보의 이용이나 체계성, 정보 제공 등이 낮게 나타난 것으로 분석이 가능하며, 일괄적으로 많은 전세 주택의 전세자금을 제공하다 보니 유선 연결의 어려움과 권리분석의 지연에 따른 전세 주택을 놓친 것 등의 다양한 이유로 말미암아 고객만족도에 해당요인이 반영된 것으로 풀이된다. 그 이외의 대부분의 고객만족도에 영향을 미치는 요인들은 2분면에 위치하는 것으로 나타났다.

3) 소년가정 전세지원 사업

구 분	내 용	개 선 요 인
1분면	만족도 低 중요도 高	접촉의 용이성, 성실하게 대응(성실성), 주거환경, 주거생활의 편리성, 주택규모 대비 임대료, 공급서비스 전문성
2분면	만족도 高 중요도 高	그 이외 모든 요인
3분면	만족도 高 중요도 低	정보제공, 사후서비스, 안내표지판 설치, 복장단정, 업무처리 절차준수, 주거 환경개선에 기여, 안전을 위한 노력
4분면	만족도 低 중요도 低	거주여건 대비 임대료,

소년가정 전세지원 사업의 경우 무상 거주로 인하여 거주여건대비 임대료는 만족도와 중요도 모두 낮은 4분면에 위치하게 된다. 이것은 무상 거주로 인하여 부담을 느끼지 못하는 것으로 판단할 수 있고, 3분면에 위치한 고객만족도 선행 요인인 정보제공, 사후서비스, 안내표지판 설치, 복장단정, 업무처리 절차준수, 주거 환경개선에 기여, 안전을 위한 노력 등은 만족도는 높은 편이나 중요도는 크게 높지 않은 것으로 나타났다. 1분면에 속한 접촉의 용이성, 성실하게 대응(성실성), 주거환경, 주거생활의 편리성, 주택규모 대비 임대료, 공급서비스 전문성 중요도는 크게 부각

되었으나, 만족도는 낮은 것으로 나타나 소년가정 전세지원 사업 사업의 개선사항 중 최우선 사항임을 알 수 있었다. 이것은 직접 임대주택을 구하여 전세자금을 지원 받는데서 오는 불편함이 고객만족도로 이어진 것 해석된다. 그 이외의 대부분의 고객만족도의 요인들은 2분면에 위치함으로 기타 임대주택보다 고객만족도가 높은 것으로 나타났다.

2. 개선항목에 대한 분석

1. 고객요구에 대한 분석

IPA기법을 통하여 서비스 품질 요인 중에서 우선개선항목으로 선정이 되었을 시 어떤 요소를 어떻게 개선하여야 할 것인가에 대하여 초점을 맞춰야 한다. 그것은 고객의 요구나 불만을 통하여 어떤 요인이 어떤 특징과 요소로 불만을 야기하고 있는지에 대하여 확인할 수 있다. 일반적으로 고객의 소리는 홈페이지, 콜센터, 기타 불만 접수 등을 통하여 기업으로 전달되기 마련이고, 이것은 전산 관리를 통하여 체계적인 관리를 하여야 한다. 그러나 현재는 그것을 통합적으로 체계적으로 관리할 수 있는 시스템이 부족한 실정이다. 고객의 소리라고 할 수 있는 통합VOC 전산 시스템을 도입하여 온라인, 오프라인으로 들어오는 소리를 즉각적으로 응대하고 공유하여 보다 나은 서비스를 제공하는 것을 목표로 하고 있다.³⁵⁾ 그것은 서비스 이행 수준으로도 연결 될 수 있는데, IPA기법을 통하여 우선 개선항목을 선정하고 전산시스템을 도입하여 계량화 하여 서비스품질수준을 일관성 있게 제공할 수 있는 표준과 서비스를 전달하여야 한다. 고객현장에는 고객만족도 조사와 더불어서 고객 서비스에 관한 제도를 고시하고 그것을 의무적으로 행하여 공공서비스에 대한 표준화를 어느 정도 설립했다고 할 수 있다. 그것은 1장에서 제시한 PCSI모형을 바탕으로 한 서비스 상품 품질 요인, 서비스 전달 품질 요인, 서비스 환경 품질 요인, 사회 품질 요인 등을 전반적 만족, 요소 만족, 사회적 만족으로 나누어서 성과를 분석하는 모형으로 제시되고 있다. PCSI모형을 통한 요인별 만족도 조사를 통하여 개선사항을 도출하고 그것을 우선순위에 의거 집중과 선택을 바탕으로 서비스 목표 수준의 조정이나 기타 척도를 통하여 고객만족도와 선행요인에 영향을 미치는 요인들을 도출하여 보다 품질 높은 서비스를 제시할 수 있도록 하는 것이 이 연구의 주요한 목적이다.

35) 박근석(2009)

제3절 연구의 한계 및 향후 연구를 위한 제언

본 연구는 기존에 수행되었던 연구와 한 개 기업을 대상으로 논의를 전개하였다. 공기업 중 한국토지주택공사를 중심으로 공기업의 고객만족도에 영향을 미치는 요인과 고객만족도와 선행요인의 상관성에 관하여 연구하였으며, 고객만족도를 종속변인으로 설정, 선행요인을 독립변인으로, 임대주택의 유형을 매개변수로 연구를 진행하였다. 공기업의 독점적 성격 상 특히 주거취약계층에게는 임대주택이라는 저렴한 주택으로 안정적인 주거지 확보를 해야 한다는 점에서 공기업의 제품인 주택을 구매해야 한다는 점을 전제로 고객만족도를 변인으로 설정, 공기업의 고객만족도에 미치는 영향에 대하여 분석하였다. 이를 통해 공기업의 고객만족도가 선행요인에 미치는 영향력과 더불어 고객만족도의 세부적인 요인 중에서 어떤 요소들이 선행요인을 높일 수 있는 방향을 제시하였다는 점에서 의미가 있다. 그러나 연구 과정에서의 한계점에 대하여 설명하고 그것에 대한 발전방향을 모색하고자 한다.

첫째, 표본의 한계이다. 본 연구에서는 표본이 여성으로 집중되는 경향이 있었다. 그것은 대부분 밤이 아닌 낮 시간대에 개인 가정 방문을 통한 조사를 하다 보니 여성들이 대부분 주택에 거주 하고 있는 시간대였기 때문으로 분석할 수 있다. 또한 수도권이 다른 지역보다 많았는데 그것은 주거복지 사업의 특성상 반 이상이 수도권에 집중 되어 있어서이다. 또한 소년가정 전세지원 사업의 경우 미성년자인 당사자보다는 보호자의 개인적인 생각이 많이 내포되어 있었다. 독거노인의 경우도 당사자가 응답을 못하거나 잘 알아듣지 못하는 경우가 간혹 있었다. 또한 현재 거주하고 있는 입주자들을 대상으로 하다 보니 우호적인 대답이 많이 나왔던 것도 간과할 수 없는 부분이다.

둘째, 척도의 한계이다. 현재 사용되고 있는 척도는 공공기관에서 평가하는 요소들을 바탕으로 임대주택으로 항목화 되어 있는데, 모든 항목에서 임대주택의 성격을 잘 나타내는 측정문항을 이용하지 못했다. 선행요인과 고객만족도 측정 문항 상호 중복되는 문항도 있었고, 한국토지주택공사나 임대주택의 설문 문항으로 개조하였음에도 불구하고 다소 주거복지 사업의 취지에 맞지 않는 항목들이 있었다. 또한 한국토지주택공사라는 일정한 집단에 어울리는 측정문항을 선택하다 보니 공공기관 고객만족도 측정 항목에서 다소 고르지 못하게 문항을 추출하기도 하였다. 따라서 고객만족도와 선행요인을 이루는 세부요인이 미치는 영향에 대한 결론을 도출할 수 없었다는 한계점이 드러났다. 또한 고객만족도와 선행요인을 구성하는 문항들 역시 기업 고유의 특성을 반영한 것이 아니며, 한국 주택건설 공기업의 현실을 반영하기 위하여 연구 개발하여 사용하는 것이 바람직할 것이다.

셋째, 연구대상이 한국토지주택공사에서 시행하는 임대주택이라는 특정 공기업의 사업에 국한하다 보니 공기업 전체를 대표하기는 어렵다고 할 수 있다. 또한 임대주택이라는 주거복지사업의 특정한 대상을 집단으로 하였기 때문에 응답하는데 주거취약계층을 전부의 의견을 대변하기 어려운 것으로 판단된다.

이밖에 연구문제의 범위도 광범위하다고 할 수 있다. 고객만족도 부분도 다양한 요소로 나누어서 다양한 척도로 설문이 진행되어 다소 헷갈리거나 중복적으로 대답한 답변도 있었다. 또한 고객만족도와 선행요인이라는 광범위한 연구범위를 공공기관에서 개발한 척도로 설문을 진행하여 다양한 접근과 연구방향에 대하여 제한적인 접근이 이루어졌다. 공공기관 공통의 척도를 사용하다 보니 한국토지주택공사나 주거복지 임대주택에 맞는 척도의 개발과 시행이 시급하다는 것을 알 수 있다. 또한 한국토지주택공사에 대한 사전인지도나 기존의 선행요인을 측정하고 그것을 입주하기 전과 후의 방법으로 다양하게 입주 후 입주민의 인지도 및 평가에 미치는 영향에 대한 연구도 생각해 볼 수 있다. 차후에는 고객만족도와 선행요인 부분을 측정할 때 현재의 입주자와 잠재적 입주자를 나누어서 측정하고, 또한 한국토지주택공사의 홍보나 지속적인 회사와의 접근을 하는 집단과 그렇지 않는 집단으로 나누어 다양한 유형의 공중과 척도개발을 통하여 그 사업에 알맞게 활용 가능할 것이다.

참고문헌

1) 국내문헌

- 경기개발연구원(2012), 「경기도 주거취약계층 실태 및 지원방안」, 연구보고서
- 김영찬·차재성(2003), 「고객만족도 측정방법론과 전략적 활용」, 연구보고서
- 김용천(2008), 「우리나라 주택복지정책의 실태와 개선방안에 관한 연구」(석사학위 논문, 경기대학교)
- 김창영·정건섭(2010), 「도시 취약계층 주거 실태와 주거복지정책의 방향」, 연구보고서
- 김혜승외(2004), 「주거복지 지원 및 전달체계 구축방안 연구」, 안양 : 국토연구원
- 박근석(2009), 「VOC 시스템과 조직 서비스역량이 공공 서비스품질에 미치는 영향에 대한 탐색적 연구 : 공공 주거서비스를 중심으로」(박사학위논문, 국민대학교)
- 박은철(2006), 「도시 저소득 임차가구의 가구특성별 주거복지정책에 관한 연구 : 서울시의 사례를 중심으로」, 단행본
- 반현장(2011), 「기업 이미지가 고객만족, 구전 의도에 미치는 영향」(석사학위논문, 배제대학교)
- 박해영(2008), 「공기업의 사회공헌활동과 기업이미지, 고객만족도 간의 관계 연구 : 한국마사회」(석사학위논문, 중앙대학교)
- 배순석외(2008), 「서민주거안정과 주거기준 달성방안 연구」, 연구보고서
- 성태제(2007), 「SPSS/AMOS를 이용한 알기 쉬운 통계분석」, 학지사
- 안광호·임병훈(2011), 「SPSS를 활용한 사회과학조사방법론」, 학현사
- 이명래(2008), 「서비스품질이 고객만족과 기업이미지에 미치는 영향에 관한 연구」(석사학위논문, 단국대학교)
- 이미향(2009), 「서비스제공자에 대한 실망감이 고객만족과 기업이미지에 미치는 영향 : 기업명성의 조절효과 연구」(석사학위논문, 영남대학교)
- 이유정(2005), 「공기업의 조직공중관계성이 고객충성도에 미치는 영향: 한국철도청을 중심으로」(석사학위논문, 중앙대학교)
- 이준일·우소영·배현미(2007), 「기업자산으로서 기업 공중관계성과 선행요인 가치에 대한 연구」, 광고학연구, 18권 4호
- 이한준·문현구(2007), 「기업의 사회공헌에 관한 시민인식」(경영학 통합학술대회, 한국기업윤리학회)
- 임성영(2011), 「우리나라 주거복지정책 개선방안에 관한 연구 : 공공임대주택과 주거비 지원을 중심으로」(석사학위논문, 명지대학교)

정충영(2009), 「SPSS WIN을 이용한 통계분석」, 무역경영사
 채서일(2005), 「사회과학조사방법론」, 비엔앰북스
 최찬섭(2012), 「공항서비스 고객만족도 조사에 관한 연구 : 한국공항공사의 사례를 중심으로」(석사학위논문, 서울대학교)
 한국주거학회(2007), 「주거복지론」, 교문사

2) 외국문헌

- A. David Aaker(1992), 「The value of brand equity」, *Journal of Business Strategy*, 13, July-August, pp. 27-32.
- A. Revald and C. Gronroos(1996), 「The value concept and relationship marketing」, *European Journal of Marketing*, 30(2), pp. 19-30.
- E. W. Anderson and M. W. Sullivan(1993), 「The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms」, *Marketing Science*, 12(2), pp. 125-143.
- E. W. Anderson, Fornell. C. and Lemann. D(1994), 「Customer satisfaction, market share and profitability: Findings from Sweden」, *Journal of Marketing*, 58(July), pp. 53-66.
- F. F. Reichheld and Sasser, W. E(1990), 「Zero defections: Quality comes to services」, *Harvard Business Review*, 68, pp. 105-111.
- G. S. Day(1970), *Buyer Attitude and Brand Choice Behavior*(New York: Columbia Uni. Press), pp. 215-250.
- J. W. ewman and R. A. Werbel(1973), 「Multi-variate analysis of brand loyalty for major household appliances」, *Journal of Marketing Research*, 10(November), pp. 404-409.
- Oliver, Richard S. and John E. Swan(1989), 「Equity and disconfirmation perceptions as influences on merchant and product satisfaction」, *Journal of Consumer Research*, 27(4), pp. 412-432.
- P. Kotler(1984), *Marketing Management: Analysis, Planing, Implementation and Control*(Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall), pp. 13-20.
- R. L. Oliver(1981), *Satisfaction: Abehavioral perspicitive on the consumer*(New York: McGraw-Hill), pp. 460-469.

3) 기타

국토해양부(2006), 「임대주택법의 변천」, 내부보고서

국토해양부(2011), 「주거복지 사업 소개」, 내부보고서

한국토지주택공사(2011), 「매입임대사업 업무편람」, 내부보고서

한국토지주택공사(2010), 「입주고객 만족도조사」, 내부보고서

한국토지주택공사(2011), 「입주고객 만족도조사」, 내부보고서

한국토지주택공사(2011), 「전세임대사업 업무편람」, 내부보고서

한국토지주택공사(2012), 「주거복지 사업의 이해」, 내부보고서

한국토지주택공사(2012), 「주거복지 사업 추진 현황」, 내부보고서

한국토지주택공사(2011), 「취약계층 임대주택 업무편람」, 내부보고서

Council of Europe(www.coe.int/)

LH홈페이지 참조(<http://lh.or.kr>)

Abstract

A Study on the Determinants of Customer Satisfaction of Housing Tenants

Chun, Hong-Dae

Department of Public Enterprise Policy
The Graduate School of Public Administration
Seoul National University

This study dealt with on customer satisfaction in the public sector, adopted by the government to the growing importance of customer satisfaction in the public sector. Korea Land & Housing Corporation administered by the housing projects of rental housing support to low-income groups, has already been studied. Recently studies have been extended on how the elements residence in rental housing affect customer satisfaction. And the research has been extended to the correlation between customer satisfaction and corporate image. In the past the studies were focused on how to measure customer satisfaction in the public service of rental housing, the meaning and understanding, which was made through the application of customer-oriented rental housing tenants. Divided into three, including the purchase of existing homes had been addressed, the research performed at the Korea Land & Housing Corporation housing policy for low-income rental housing lease, charter, lease charter boys and girls home support policy and the policy of customer satisfaction, corporate image, and each other conducted a research study about the correlation.

To adopt the hypothesis survey method from tenants residing in rental housing was adopted while considering regression analysis and correlation analysis. The studies in the passed was focused on only customer satisfaction while this

study is extended to correlation of the corporate image, customer satisfaction and a customer satisfaction study will be extended to existing rental housing. The empirical research conducted on a particular public company by the Korea Land & Housing Corporation for general corporate evaluation of corporate image extends to the realm of public enterprises. This future research will be utilized in policy convergence and deployment of customer satisfaction and corporate image affect statics and factors that affect. Beyond simply being trusted by the public, it is a study that can form a favorable relationship with the people. The implications are described below.

First, the factors that affect customer satisfaction and varies each policy or business, the most positive effect in purchase of existing homes in the rental is business understanding of the requirements of the customers of the business process procedures, and in the charter rental business work processing procedures. In the boys and girls home support project the supply of rental services and social roles and responsibilities of the business process procedures, has a lot of influence. Boys and girls home support project has more effect by free deposit and rent low deposit rather than location of the house, the house aging, because it can be the basic of a more stable living. Charter also feel more satisfied when you can search for houses by yourself beside the difficulty of searching for adequate houses. Companies can take advantage by quantitatively analyzing the relationship between customer satisfaction and service quality factors and psychological state as a result, appearing by recommended trust, repurchase, and others, such as consumer behavior changes, including the concept of quality of service factors accepted as the cause variable.

Second, research on corporate image, customer satisfaction and public institutions that have not been done before, policy purchase rental housing has t lower customer satisfaction and corporate image than others, lease and charter rental's customer satisfaction and corporate image is higher for boys and girls home support. We can see from these figures that projects related to social responsibility beyond the simple houses on the corporate image have more positive effect.

Third, using the concept of Corporate Social Responsibility and Corporate Social Responsibility (CSI) were investigated by using a scale for social responsibility. The study showed significant effect on corporate image, social contribution

activities. Also the researches showed significant effect between social contribution activities in customer satisfaction after the company's product or service. In addition, it showed that there was effect between corporate image and customer satisfaction. It also showed that the relationship between corporate image and customer satisfaction have positive affect.

Key words: customer satisfaction, corporate image, housing, welfare,
housing rental

Student ID: 2012-22803